

L'actu drive p. 3	Le benchmark Les ruptures p. 24	La ville Quimper p. 29	L'enseigne  p. 36
--------------------------	---	----------------------------------	--



Dossier Spécial
Le drive aux USA
p. 18



La catégorie Glaces p.46 	Le shopping drive vu par  p. 53	Les tranches de vie commerciale p. 57
---	---	--



Une publication



d'après des données



Les Ateliers du Drive

Mercredi 24 septembre 2014 – Paris

Hôtel Novotel – Vaugirard-Montparnasse



Les temps forts de la journée :

- Les dernières initiatives des enseignes
- L'évolution des modèles logistiques
- Prix: les drives se cherchent toujours
- Drive et supermarché: le mariage impossible ?
- Shoppers abandonnistes ou accros: ce qui les motive vraiment
- Ces catégories de marché qui basculent du magasin vers le drive
- Data management, "buy now", comparateurs: les nouvelles techniques marchandes permises par le drive
- Personnalisation: tout (ou presque) reste à faire !
- Les drives dans le monde

Des témoignages d'enseignes, des bonnes pratiques en images, des solutions opérationnelles, des enquêtes inédites: ne ratez pas les Ateliers du Drive 2014!



En partenariat avec:



Plus de renseignements sur

www.lineaires.com



Une journée organisée par

LINEAIRES
La magazine de la distribution alimentaire

éditions
DAUVERS

BULLETIN D'INSCRIPTION

Je participe à la journée "Les Ateliers du Drive" qui se tiendra le 24 septembre 2014 au Novotel Vaugirard-Montparnasse à Paris (257 rue de Vaugirard – 75015 Paris) pour un montant de: 690 € HT, soit 828 € TTC (580 € HT pour les autres inscrits de la même société, soit 696 € TTC).

Je m'inscris en ligne sur: www.lineaires.com

Paiement possible par CB, chèque ou virement.

Je remplis le bulletin et je l'envoie à l'adresse mentionnée ci-dessous.

Je l'accompagne directement du règlement TTC par chèque à l'ordre de LINEAIRES ou je réglerai à réception de facture.

Raison sociale et adresse de facturation

Nom Prénom

Fonction Société

Adresse

Code Postal Ville

Tél. Email

Deuxième personne de la même société

Nom Prénom

Fonction

Troisième personne de la même société

Nom Prénom

Fonction

Ateliers du Drive – Lineaires

Benoît MERLAUD

CS 77711 – 35577 Cesson-Sévigné Cedex

ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr

TÉL.: 02 99 32 21 21 – Fax: 02 99 12 56 55

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Chaque inscription est nominative et entraîne l'acceptation pleine et entière des présentes conditions générales. Les frais d'inscription comprennent l'accès à la journée, les repas, le déjeuner et les taxes des manifestations disponibles. Ils doivent être réglés avant la journée. L'organisateur se réserve le droit de refuser l'accès à la journée aux participants n'ayant pas réglé au jour de la journée, sans préjudice de l'obligation de règlement des frais d'inscription. Si les circonstances les y obligent, les organisateurs se réservent le droit de modifier le programme sans que les participants ne puissent prétendre à une quelconque indemnisation. Une convocation sera envoyée aux inscrits, rappelant les lieux exacts de la journée et le programme.

CONDITIONS D'ANNULATION

Les participants peuvent se faire remplacer. Les annulations doivent nous être communiquées par écrit. En cas d'annulation reçue moins de 15 jours avant la date de la journée (cachet de la poste faisant foi), les frais de participation restent dus en totalité. En cas d'annulation reçue plus de 15 jours avant la date de la journée, l'inscription est remboursée, déduction faite de la somme de 200 € HT pour frais de dossier.

INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

Les informations contenues dans le bulletin d'inscription, sauf avis contraire de votre part, feront l'objet d'un traitement informatique. Conformément à la loi N° 78-17 du 6 janvier 1978, dite « Informatique et Libertés », nous disposons d'un droit d'accès et de rectification. Seul refus-écarté et écrit nominatif. Les données informatiques pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés.

REMISES COMMERCIALES

Sur inscriptions multiples au sein même de la société: 15% inscrit, plein tarif, inscrits supplémentaires – 16 %.

Date, Signature et Cachet de l'entreprise

L'actu drive

> LES P'TITES HABITUDES DES SHOPPERS DRIVE

63% des clients utilisent une liste de courses mémorisée sur le site de leur drive. Une tendance en progression, ils n'étaient que 52 % en 2013. Iri Shopper a dévoilé ces chiffres lors d'une récente conférence Web et Store organisée par l'IFM. A cette même occasion, Carrefour a précisé que 80 % de ses propres clients drive avaient recours à une liste. Les e-shoppers de l'enseigne sont par ailleurs 70 % à naviguer parmi l'arborescence du site et 30 % à utiliser le moteur de recherche.

> EN IMAGE

Pont-l'Abbé
Leclerc a ouvert son drive de 2 600 m²
À Nergac, sur un socle de Pont-l'Abbé, un immense drive vient d'ouvrir ses portes. Voici des faits.



À retenir
 Leclerc a ouvert son drive de 2 600 m² à Nergac, sur un socle de Pont-l'Abbé. Le magasin est équipé de 100 mètres de linéaire drive et propose une offre de produits frais et secs. Le drive est accessible 24h/24 et propose une livraison gratuite.

À noter
 Leclerc a ouvert son drive de 2 600 m² à Nergac, sur un socle de Pont-l'Abbé. Le magasin est équipé de 100 mètres de linéaire drive et propose une offre de produits frais et secs. Le drive est accessible 24h/24 et propose une livraison gratuite.

L'image de ce Mag Drive ? Les « drive-vendales » du Leclerc de Pont-l'Abbé à l'occasion de son ouverture fin juin : des employés drive en version chippendale, torse nu et nœud papillon, histoire de surprendre les clients (ou les clientes). L'occasion d'un joli buzz local, en témoigne le reportage du quotidien Ouest France.

> DÉPÔTS DE MARQUES "DRIVE"

A fin juin 2014, l'INPI recensait 1 471 marques contenant le mot "drive". Parmi les dépôts récents, il faut noter le mystérieux "Open Drive E. Leclerc Blagnac" par le magasin du même nom. On apprend aussi que l'enseigne Brico Dépôt se lance à son tour dans l'aventure du drive sur les traces, notamment, de Bigmat et Bricomarché, avec une promesse relayée dès son logo : "Votre commande prête en 2 heures". La folie du drive gagne même Tahiti avec l'enseigne locale LS Maraa. Enfin, à Auxerre a ouvert le site Drive Epicier proposant une offre issue de producteurs locaux.



> TABLEAU DE BORD

• LE PARC DRIVE

2999 sites
 + 52 en 1 mois

• L'OFFRE MOYENNE

10143 réf.
 - 62 réf. en 1 mois

• POIDS DES MDD

33,4 % de l'offre

Source : **DRIVE Insights**

Juin 2014

Depuis le mois de juin 2013, il s'est ouvert l'équivalent de 2 drives par jour pour atteindre le seuil symbolique des 3 000 unités. Logiquement, le rythme d'ouverture tend à se ralentir. Les 12 mois précédents, 2,5 drives ouvraient leurs portes quotidiennement.

Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

AUGMENTEZ VOTRE PRODUCTIVITÉ, DIMINUEZ VOS COÛTS !

Solution conventionnelle ou entrepôt desservi par trans-tocqueurs -, nos équipes vous assistent à la mise en place du système optimal pour répondre à tous vos impératifs.



Bito France
 Tél. 0820 821 133
 Internet : fr.bito.com
 e-mail : info@bito.fr



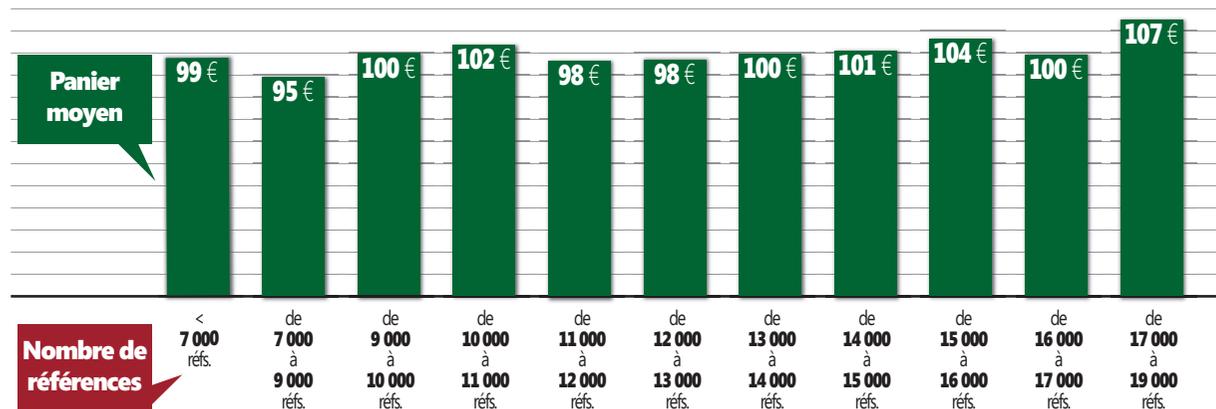
...ou comment stockez-vous ?

L'actu drive

> EXCLUSIF : QUEL LIEN ENTRE LA LARGEUR D'OFFRE ET LE PANIER DRIVE ?

La question est récurrente : existe-t-il un lien entre largeur d'offre et performance commerciale, mesurée via le panier moyen ? La veille VIGIE GRANDE CONSO (également éditée par Editions Dauvers) a mené une étude exceptionnelle sur les parcs drives d'Intermarché et de Système U. Soit plus de 1 200 drives ! La conclusion est claire : il n'y a pas de lien marqué entre le nombre de références et la performance commerciale. Découvrez dans cette édition de Mag Drive les résultats pour Intermarché. Et rendez-vous dans le prochain numéro pour Système U !

leDRIVE
Intermarché



> Pour les besoins de cette mise en parallèle, les résultats commerciaux de 647 drives Intermarché ont été comparés site par site avec l'offre commerciale, mesurée en nombre de références. Résultat : les points de vente qui proposent moins de 7 000 références (une quarantaine sur l'ensemble du parc) atteignent ainsi un panier

moyen de 99 euros. C'est-à-dire un niveau équivalent aux drives Intermarché qui proposent pourtant une offre deux fois plus importante. Preuve que le lien offre / performance n'est pas avéré ! Même les magasins qui présentent de 17 à 19 000 références n'atteignent "que" 107 € de panier. Ce qui n'a finalement rien d'exceptionnel...

Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

AUGMENTEZ VOTRE PRODUCTIVITÉ, DIMINUEZ VOS COÛTS !

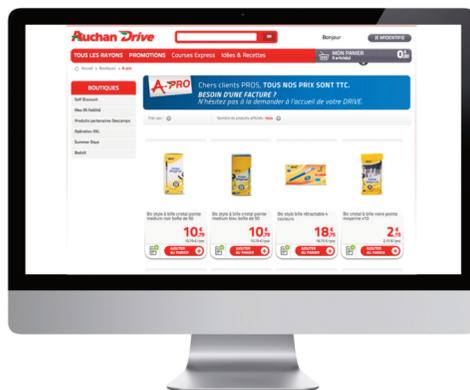
Solution conventionnelle ou entrepôt desservi par trans-tocqueurs -, nos équipes vous assistent à la mise en place du système optimal pour répondre à tous vos impératifs.

Bito France
Tél. 0820 821 133
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

BITO
...ou comment stockez-vous ?

L'actu drive

> AUCHAN TESTE LE DRIVE POUR LES ENTREPRISES



Auchan teste depuis fin avril dans deux de ses drives (Aubagne et Fâches) un nouveau service sous l'enseigne A-Pro : la vente de produits pour entreprises. La gamme est courte : 180 références environ. Pour l'essentiel (110 réf.), il s'agit de produits de papeterie, ce à quoi se rajoutent des articles de rangement (10), de correspondance (14), d'hygiène (14), de petits consommables informatiques (18) et enfin d'alimentaire (6) avec sucre ou café par exemple.

BESOIN D'ÉQUIPER VOTRE BUREAU ?

FOURNITURES DE BUREAU, PAPETERIE, CLASSEMENT, EXPEDITION, CONSOMMABLES INFORMATIQUE...

LES INDISPENSABLES À PRIX AUCHAN !

à partir du **28 avril 2014**

A-PRO

SUR LE SITE: AUCHAN DRIVE AUBAGNE
www.auchan.drive.com
Factures à retirer au point accueil drive
04 42 84 62 28

> COMME UN POISSON DANS... LE DRIVE

Étonnamment le concept du drive fédère aussi bien les enseignes de grande distribution que les producteurs agricoles en quête de débouchés "circuit court" ou des artisans-commerçants. Preuve, s'il en est, que ce concept tombe à point nommé, apportant une réponse pratique à un besoin réel des consommateurs français. Alors que le nombre de drives fermiers ne cesse de se multiplier aux quatre coins de la France, des initiatives consacrées aux produits de la mer émergent. Côté Mer-Le Drive de la mer à Deauville, Mericq Drive dans le Sud-Ouest ou plus récemment Ô Poisson à Orvault près de Nantes. Un service testé par Mag Drive. Commandés à partir d'une interface web élégante, claire et ergonomique, poissons et crustacés de dernière fraîcheur (pas de stock, arrivage quotidien), à des prix très corrects peuvent être retirés le jour suivant au point de retrait attendant à l'atelier.



Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

AUGMENTEZ VOTRE PRODUCTIVITÉ, DIMINUEZ VOS COÛTS !

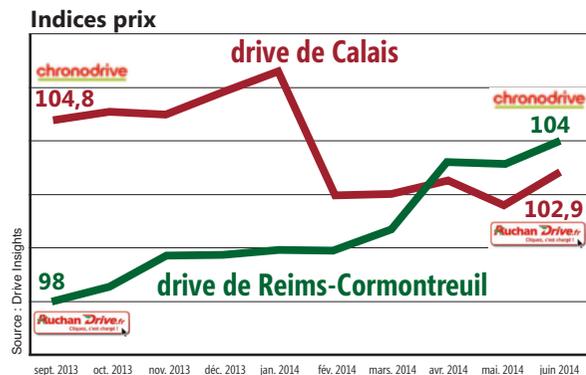
Solution conventionnelle ou entrepôt desservi par trans-tocqueurs -, nos équipes vous assistent à la mise en place du système optimal pour répondre à tous vos impératifs.

Bito France
Tél. 0820 821 133
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

BITO
...ou comment stockez vous ?

L'actu drive

> ÉCHANGES DE DRIVE ENTRE CHRONO ET AUCHAN : DÉTAIL SUR LE REPOSITIONNEMENT PRIX



Fin novembre 2013, Olivier Dauvers révélait en exclusivité sur son blog les échanges de drives entre Auchan Drive et Chronodrive. Outre la fermeture de son site de Laval, Auchan Drive a souhaité se séparer des deux autres drives indépendants d'un hyper Auchan : Reims et Dijon. Ceux-ci sont donc passés sous enseigne Chronodrive et, en échange, le pionnier du drive a cédé à son enseigne sœur les sites de Nantes Basse Goulaine et Calais. Sur la base des données de l'étude Drive Insights, MAG DRIVE s'est intéressé au repositionnement prix de deux de ces drives, celui de Calais et celui de Reims. Le premier a vu son indice prix baisser de 104,8 du temps de Chronodrive à 102,9 sous l'enseigne Auchan Drive. Plus spectaculaire, le Auchan Drive de Calais qui avait un indice de 98, se situe désormais à 104 sous l'enseigne Chronodrive.

> MATÉRIEL : LA PRÉPARATION DE COMMANDE VUE PAR UTZ

Spécialisé dans les systèmes de logistique et de transport en matière plastique, UTZ France propose une solution originale destinée à la préparation de commande, particulièrement adaptée au drive dans une logique de picking multicommandes. Celle-ci résulte de la combinaison de chariots "connectables" et de bacs plastique emboîtables et gerbables. Chaque commande nécessitant, en fonction de son ampleur, un ou plusieurs chariots, ceux-ci peuvent être "connectés" entre eux ou "déconnectés" à l'aide d'une pédale située de part et d'autre. Au départ, le chariot à timon transporte une réserve de bacs emboîtés qui sont ensuite utilisés pour constituer chaque commande. Une fois remplis, les bacs deviennent gerbables à l'aide des barres intégrées. Sur les 4 faces, les caisses sont équipées d'une poignée et d'une zone dédiée à l'identification et la traçabilité.



Équipement d'entrepôts pour Drive-Markets

AUGMENTEZ VOTRE PRODUCTIVITÉ, DIMINUEZ VOS COÛTS !

Solution conventionnelle ou entrepôt desservi par trans-tocqueurs -, nos équipes vous assistent à la mise en place du système optimal pour répondre à tous vos impératifs.



Bito France
Tél. 0820 821 133
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

BITO

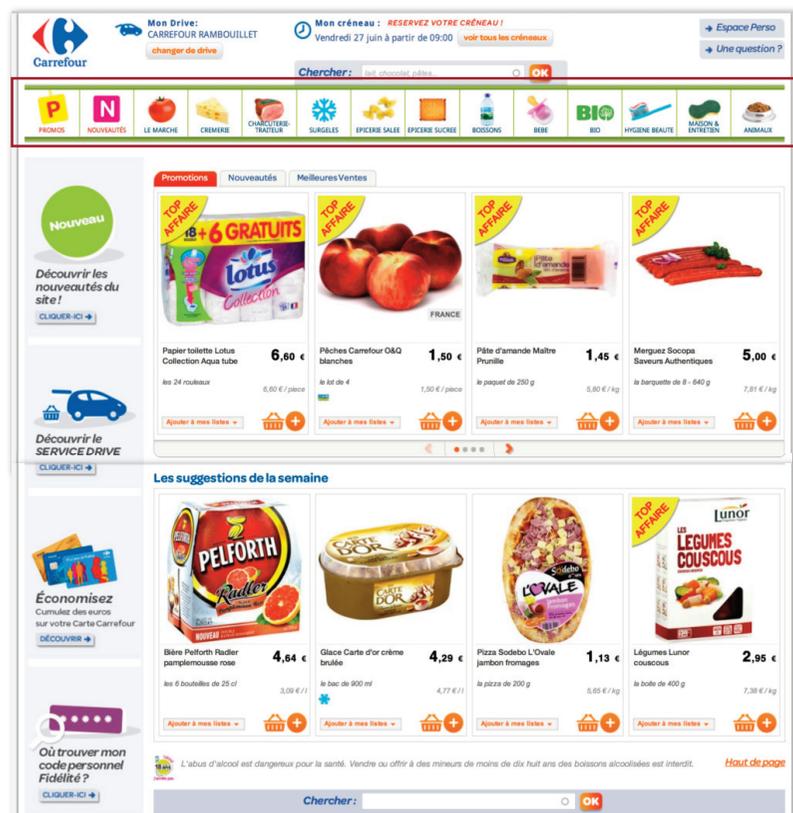
...ou comment stockez-vous ?

L'actu drive

> CARREFOUR DRIVE PRÉPARE UNE NOUVELLE INTERFACE WEB 1/4

Dans le plus grand secret (ou presque), Carrefour Drive teste une nouvelle version de son site web dans deux de ses magasins : un hyper (Carrefour Rambouillet, 78) et un super (Carrefour Market Saussay, 28). Une nouvelle version qui vient dépolir la précédente, globalement jugée parmi les moins ergonomiques du marché. Dans le brief initial figurait la volonté de donner une meilleure visibilité au produit. Ce qui est plutôt réussi ! Visite...

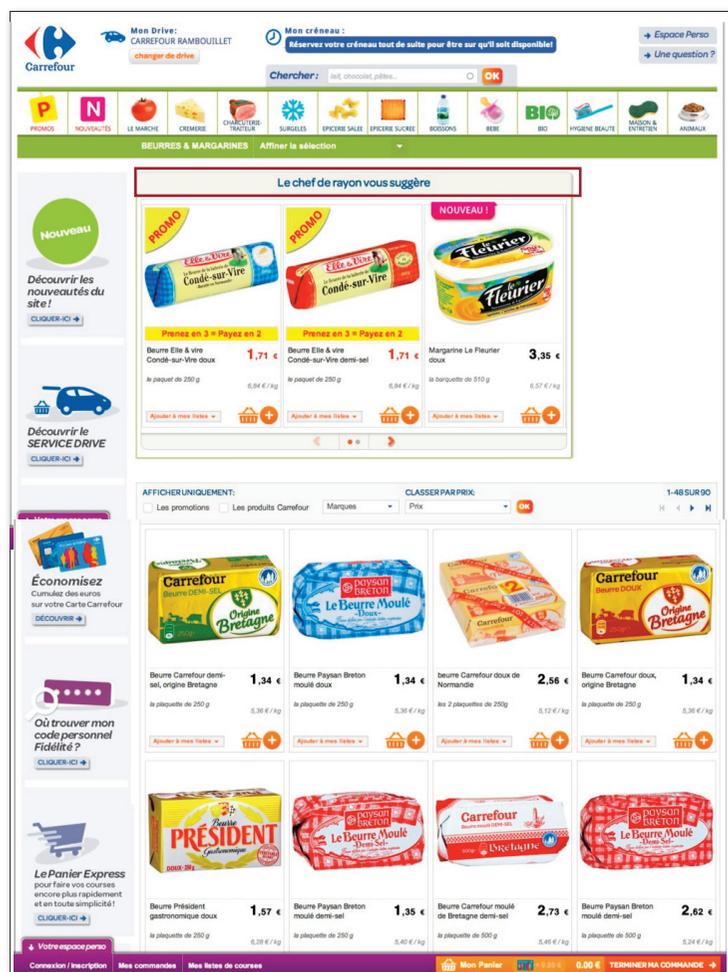
- La page d'accueil



Précédemment verticale, la barre de menu permettant d'accéder aux rayons est désormais horizontale comme la majorité des sites drive. Disposant de moins d'entrées qu'avant (14 au lieu de 20), celle-ci demeure toujours apparente, de même que le moteur de recherche, tout au long de la navigation. Dès la page d'accueil, la mise en avant des produits est bien plus impactante que précédemment. Les bannières publicitaires à la gloire des marques de l'enseigne ont disparu.

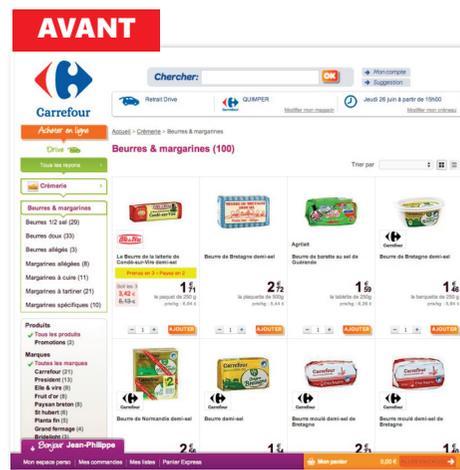
L'actu drive

> CARREFOUR DRIVE PRÉPARE UNE NOUVELLE INTERFACE WEB 2/4



• L'entrée rayon

La nouvelle interface propose systématiquement en entrée de rayon une tête de gondole virtuelle intitulée : "Le chef de rayon vous suggère". Dans le "linéaire", s'il y a toujours le même nombre de produit par ligne (4), les visuels sont nettement plus grands.



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@a3distrib.tm.fr



L'actu drive

> CARREFOUR DRIVE PRÉPARE UNE NOUVELLE INTERFACE WEB 3/4



• La fiche produit

Dans la fiche produit également, la visibilité du produit a été accentuée. Outre la taille de la photo, les infos produits (nutrition, ingrédients, conseils) ont purement et simplement disparu. A la place, Carrefour offre la possibilité de voir le produit sous toutes ses faces et ainsi d'avoir accès à toutes les informations on-pack à l'aide d'un zoom puissant. Si Carrefour n'a pas fait le choix de la fonction 3D comme Leclerc, en revanche toutes les faces "utiles" du packaging sont visibles et lisibles.

AVANT



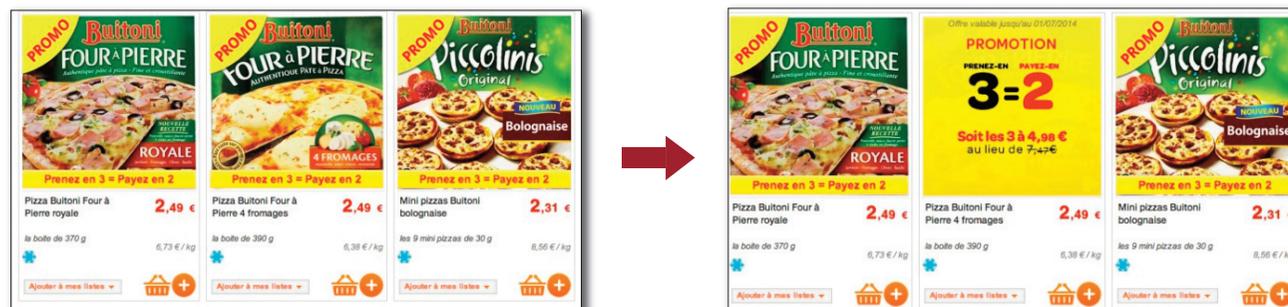
a3distrib
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

L'actu drive

> CARREFOUR DRIVE PRÉPARE UNE NOUVELLE INTERFACE WEB 4/4

- De bonnes idées



Outre le travail sur les visuels, Carrefour a porté ses efforts sur la présentation des différents messages affichés à l'écran. Illustration notamment avec les cartouches «Promo», «Nouveau» ou «Top Affaires». Afin de ne pas surcharger l'interface, notamment au niveau du discours promotionnel, Carrefour propose deux niveaux d'information. Le simple passage du pointeur de la souris sur un produit estampillé «Promo» fait apparaître à la place de l'article un cartouche jaune détaillant l'offre promotionnelle.

AFFICHER UNIQUEMENT: Les promotions Les produits Carrefour

CLASSER PAR PRIX: Marques

Interaction. Carrefour donne la possibilité aux e-shoppers d'interagir avec l'assortiment en filtrant uniquement les produits en promo ou les produits Carrefour. Autrement dit, de reconstituer le rayon selon ses propres paramètres.

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

L'actu drive

> LES DRIVES EN QUÊTE DE FANS SUR FACEBOOK

E.Leclerc Drive
Vente au détail et produits grand public

Journal À propos Photos Mentions J'aime Plus

PERSONNES > Publier

280 069 mentions J'aime

Exprimez-vous

n°1 - 280 069 fans + 12 858

Auchan Drive.fr

VOUS CLIQUEZ NOUS CHARGEONS
SERVICE GRATUIT sans minimum d'achats

Découvrez une nouvelle façon de faire vos courses

Auchan Drive
Société

Journal À propos Contactez-nous Photos Plus

PERSONNES > Publier Photo / Vidéo

164 223 mentions J'aime

Exprimez-vous

n°2 - 164 223 fans + 4 923

Chronodrive
Alimentation / Boissons

DU 16 AU 29 JUIN

Journal À propos Photos Barbecue Quiz Plus

PERSONNES > Publier Photo / Vidéo

89 643 mentions J'aime

Exprimez-vous

n°31 - 89 643 fans + 1 885

Du lundi 9 Juin au dimanche 6 Juillet 2014

Gagnez* jusqu'à
400 000€ de cadeaux!

Carrefour drive
Produit/service

Journal À propos Photos La Voix des Fans Plus

PERSONNES > Carrefour Drive

75 626 mentions J'aime

Exprimez-vous

n°4 - 75 626 fans + 578

Comptage du 25 juin 2014, vs précédent relevé du 16 avril.

Leclerc conforte sa longueur d'avance avec près de 13 000 fans supplémentaires depuis notre précédent comptage mi-avril. Bien plus que les trois autres enseignes de drive présentes significativement sur Facebook réunies. Leclerc Drive a-t-il bénéficié des retombées de son jeu-concours "Grand Jeu des 500 drives" du 9 au 13 juin ? Avec une opération démarrant à la même date et se terminant le 6 juillet, avec 400 000 € de cadeaux à la clé, Carrefour a pour l'heure recruté moins de 600 fans...

L'actu drive

> PHOTOS, LIBELLÉS... LES DATAS : NERF DE LA GUERRE DU DRIVE



Thomas Lepetz, consultant, fondateur de WYFYCom

« La "loi Inco" : une belle opportunité de mise à jour des datas ! »



Thomas Lepetz
consultant, fondateur de WYFYCom
thomas.lepetz@wyfycom.fr

Pourquoi cet intérêt pour le drive ?

Durant mes précédentes expériences au service du merchandising, j'ai beaucoup observé les rayons en magasin, j'ai questionné les consommateurs sur les points à améliorer pour que le linéaire soit plus vendeur... Aujourd'hui, avec le développement du drive, des similitudes se font jour entre le linéaire physique et

son pendant virtuel. Des besoins émergent et j'explore les sites drive afin d'apporter des solutions pour faciliter le choix et la recherche du e-shopper dans son parcours d'achat. Et ce, en me focalisant sur le contenu et les datas (les images, les libellés).

Avec l'émergence du drive, de nouveaux métiers apparaissent...

Lorsqu'il s'est avéré, il y a quelque temps déjà, que le drive ne serait pas un feu de paille, avec certains observateurs nous pressentions déjà que les professionnels de la grande conso devraient s'adapter et s'organiser en conséquence. Aujourd'hui, le "data cat man" est devenu une réalité. De plus en plus de category managers intègrent le drive et plus généralement le e-commerce à leur périmètre. Certains industriels ont même des cat man dédiés à ce circuit.

Si vous deviez résumer l'offre de services que vous apportez

justement à ces "cat man des temps modernes" ?

Sur la base de la solution globale grandecomso.com développée par A3 Distrib et permettant "d'explorer" l'offre produits de tous les drives quasi instantanément, nous avons développé un outil de diagnostic baptisé DiagDrive. Celui-ci permet de faire un état des lieux complet de la présence d'une marque ou d'une gamme au travers de quatre critères : les photos, les libellés produits, la recherche et la segmentation. Nous pouvons ainsi alerter les industriels comme les distributeurs sur la qualité de la data et proposer des solutions correctives.

Concernant les photos, l'hétérogénéité des visuels selon les enseignes saute aux yeux...

Notre outil permet de rapprocher sur un même écran, l'image officielle d'une référence donnée et toutes les photos sur le marché. .../...

Tu sais où je peux acheter ce produit ?

INSÉREZ LE BOUTON
Acheter maintenant

QUI REND VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION MARCHANDS

- Magazines
- Bannières Youtube
- Facebook
- Site web
- Display
- Adwords
- Newsletter
- Pinterest

1 Clic

2 Clic

... Et votre produit est ajouté au panier

Ils nous font confiance :

Et bien d'autres !

CLIC2BUY

+ 33 366 722 904 — www.clic2buy.com

L'actu drive

> PHOTOS, LIBELLÉS... LA DATA : NERF DE LA GUERRE DU DRIVE

Thomas Lepetz, consultant, fondateur de WYFYCom (suite)

La diversité est flagrante. Au-delà de l'exactitude du visuel (packaging ancien, promo dépassée...), des variations apparaissent dans la définition des clichés, la taille de l'image, la qualité de la prise de vue, son angle, l'orientation du pack, la cohérence au sein d'une même gamme, sans parler des différents formats. Cette hétérogénéité a un impact sur la marque, son image, mais également sur le site drive. En effet, le travail des photos participe très activement à la clarté et la lisibilité de l'interface web.

Concernant les libellés, quel sera l'impact de l'entrée en vigueur d'ici la fin d'année du règlement (UE) n°1169/2011 dit « Loi Inco » ? C'est, en effet, une belle opportunité de mise à jour, d'homogénéisation, mais aussi de mise en valeur des contenus. Les consommateurs pourront désormais reprocher aux distributeurs la non-conformité des informations mises en avant ! Le libellé produit ne doit vraiment pas être négligé, son rôle est en effet crucial à l'ère du drive. Le "wording" type tarif, compréhensible des seuls initiés

est à bannir. La problématique des moteurs de recherche doit désormais être intégrée dans la constitution et la structure rédactionnelle du e-libellé. Environ 70 % des moteurs de recherche des sites drive furent parmi les mots contenus dans les libellés. Par ailleurs, les internautes sont de plus en plus nombreux à y avoir recours pour se diriger vers un article : 13 % en 2012 et 31 % en 2013, selon Iri. Une proportion qui ne fera que s'amplifier avec la génération Y et celles qui suivront.

On peut donc vous faire confiance pour ce qui est de soumettre les moteurs de recherche à rude épreuve... Effectivement, pour un produit donné, nous essayons toutes les requêtes associées possibles et imaginables (y compris les orthographes erronées, les "surnoms", les noms génériques...) et nous quantifions les résultats correspondants. Au-delà de la qualité des e-libellés, l'efficacité du moteur de recherche est une des clés essentielles du succès d'un site drive. Leclerc Drive est

réputé pour avoir un moteur qui indexe une somme importante de données, ce qui facilite indéniablement l'expérience client. Les enseignes l'ont bien compris, nul doute que les prochaines versions des sites Carrefour, Intermarché, voire même Leclerc comporteront des améliorations sur ce point.

Si l'on revient à l'un des fondamentaux du merchandising, "le bon produit au bon endroit", les cybermarchés sont-ils de bons élèves ?

En plus d'une bonne photo et d'un e-libellé pertinent, un article doit en effet être implanté dans le bon rayon virtuel... ce n'est toutefois pas toujours le cas comme nous le constatons régulièrement. Si l'on prend l'exemple du pain de mie, sur l'ensemble des enseignes drive on compte jusqu'à six ou sept implantations différentes. La plus originale étant Cora : dans l'univers «Le Marché». Pas évident pour le e-shopper !

Propos recueillis par Jean-Philippe Gallet



Tu sais où je peux acheter ce produit ?

INSÉREZ LE BOUTON
Acheter maintenant

QUI REND VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION MARCHANDS

Magazines
Bannières Youtube
Facebook
Site web
Display
Adwords
Newsletter
Pinterest

1 Clic

2 Clic

... Et votre produit est ajouté au panier

Ils nous font confiance :

Et bien d'autres !

CLIC2BUY

+ 33 366 722 904 — www.clic2buy.com

L'actu drive

> PHOTOS, LIBELLÉS... LA DATA : NERF DE LA GUERRE DU DRIVE

La solution DiagDrive par l'exemple 1/3



1,08 €	1,05 €	1,06 €	1,25 €
Drive Intermarché.com Hénaff Pâté avec filets et jambons la b. LeDRIVE InterMarché 1,34 €	Courses Simplymarket.fr HENAFF LE PATE HENAFF 780 SIMPLYMARKET.fr 1,19 €	Coradrive.fr Hénaff pâté avec filets et jambons 780g coradrive.fr 1,06 €	Houradrive.fr Hénaff Pâté de porc 780g houradrive.fr 1,25 €
0,99 €	0,87 €	0,90 €	
AuchanDrive.fr Hénaff pâté de porc 780g Auchan Drive.fr 0,99 €	CasinoExpress.fr HENAFF Pâté porc porc 780g Casino EXPRESS.FR 0,87 €	CoursesU.com HENAFF Pâté porc porc HENAFF, 780g COURSES U.com 0,90 €	

2,00 €	2,29 €	2,10 €	1,94 €
Chronodrive.com FRANCINE Préparation pour crêpes 380 g chronodrive 2,32 €	Houradrive.fr Francine Préparation pour crêpes 380g houradrive.fr 2,29 €	Courses Simplymarket.fr FRANCINE PREPARATION POUR CREPE... SIMPLYMARKET.fr 2,10 €	Courses Carrefour.fr Francine Préparation pour crêpes légères... Carrefour drive 1,94 €
1,95 €	1,93 €	1,95 €	1,81 €
Drive Intermarché.com Francine Préparation pour crêpes légères... LeDRIVE InterMarché 1,95 €	AuchanDrive.fr Francine préparation pour crêpes x2-380g Auchan Drive.fr 1,93 €	Coradrive.fr Francine préparation pour pâte à crêpes 3... coradrive.fr 1,95 €	CoursesU.com FRANCINE Préparation pour pâte à crêpe... COURSES U.com 1,81 €

• La diversité des visuels "aspirés" sur les sites pour un même produit saute aux yeux. Les écarts concernent l'exactitude du packaging (dernière version), la qualité des images, leur définition, l'angle de prise de vue, l'orientation de l'emballage, etc.

Tu sais où je peux acheter ce produit ?

INSÉREZ LE BOUTON
Acheter maintenant

QUI REND VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION MARCHANDS

Magazines
Bannières Youtube
Facebook
Site web
Display
Adwords
Newsletter
Pinterest

1 Clic

2 Clic

... Et votre produit est ajouté au panier

Ils nous font confiance :

blédina Signal
Sodebo HEPAR Et bien d'autres !

CLIC2BUY

+ 33 366 722 904 — www.clic2buy.com

L'actu drive

> PHOTOS, LIBELLÉS... LA DATA : NERF DE LA GUERRE DU DRIVE



La solution DiagDrive par l'exemple 2/3

Libellé article	PATE MACCHERONI BARILLA
Conditionnement	1 PAQ 500 GR
Courses.Monoprix.fr (69)	Barilla Maccheroni n°44, pâtes alimentaires La boîte de 500g
Courses.Simplymarket.fr (40)	BARILLA MACCHERONI N°44 BARILLA 500G
CoursesU.com (588)	BARILLA Macaroni BARILLA, 500g
Drive.Intermarche.com (740)	Barilla Maccheroni n°44 la boîte de 500g
LeclercDrive.fr (446)	
MesCoursesCasino.fr (39)	
AuchanDrive.fr (92)	Barilla macaroni qualité supérieure 500g
CasinoExpress.fr (9)	BARILLA Maccheroni n°44 500g
Chronodrive.com (70)	BARILLA Macaroni 500 g
CoraDrive.fr (58)	Barilla maccheroni 500g
Courses.Carrefour.fr (348)	Barilla Maccheroni n°44 la boîte de 500g
LeaderDrive.fr (89)	
SupermarchésMatch.fr (1)	Barilla maccheroni 500g
CasinoDrive.fr (121)	BARILLA Maccheroni n°44 500g

• A l'instar des photos, pour un article donné, l'aspiration des libellés des différents sites drive révèle une certaine **hétérogénéité**. Au-delà, la pertinence du libellé est indispensable afin de permettre aux moteurs de recherche de faire correctement leur travail. Illustration ci-dessous : chez Cora, la saisie du mot "chamallow" dans la zone de recherche n'aboutit pas. Ce mot-là n'est pas mentionné dans le e-libellé du produit en question. S'y trouve a contrario le terme générique "marshmallows" peu ou pas usité en France. Les requêtes non abouties représentent une source intéressante, reflet du comportement des e-shoppers. S'ils ont du mal à orthographier un nom, comme ici le terme «spaghetti», mieux vaut prévoir d'indexer les écritures les plus courantes de ce mot.

coradrive.fr

Haribo marshmallows 300g

Vous ne retrouverez nulle part cette impression de mollesse et de douceur. Un best of.

1.53 €

Prix au kg : 5.10 €

Ajouter à une liste de courses

Ajouter à votre panier

Composition / Ingrédients

Sirop de glucose, sucre, eau, gélatine, stabilisant : sorbitol, maltodextrine, arôme, amidon de riz, féculé, acidifiant : acide citrique, colorants : e110 - e120 - e122.

leDRIVE Intermarché

Mon magasin : GIF SUR YVETTE

Rayons

Actualités

Promos & avantages

Navigation

Accueil | Résultats de ma recherche

Ma recherche sur le mot "spagettis" ne contient aucun résultat.

Avant de lancer une nouvelle recherche, veuillez vérifier l'orthographe du terme recherché.

Nous vous suggérons de faire une nouvelle recherche en prenant en compte les recommandations suivant

La recherche s'effectue sur la marque et le libellé des produits.
Si votre recherche ne contient qu'un seul mot, essayez d'en utiliser plusieurs.
Essayez des mots différents ou plus généraux.

Pour trouver rapidement un produit, vous pouvez également utiliser la fonction Navigation Rapide access

Tu sais où je peux acheter ce produit ?

Herta légumes potager

INSÉREZ LE BOUTON

Acheter maintenant

QUI REND VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION MARCHANDS

Magazines
Bannières Youtube
Facebook
Site web
Display
Adwords
Newsletter
Pinterest

1 Clic

2 Clic

... Et votre produit est ajouté au panier

Ils nous font confiance :

blédina Signal

Sodebo HOPAR

Et bien d'autres !

CLIC2BUY

+ 33 366 722 904 — www.clic2buy.com

L'actu drive

> PHOTOS, LIBELLÉS... LA DATA : NERF DE LA GUERRE DU DRIVE



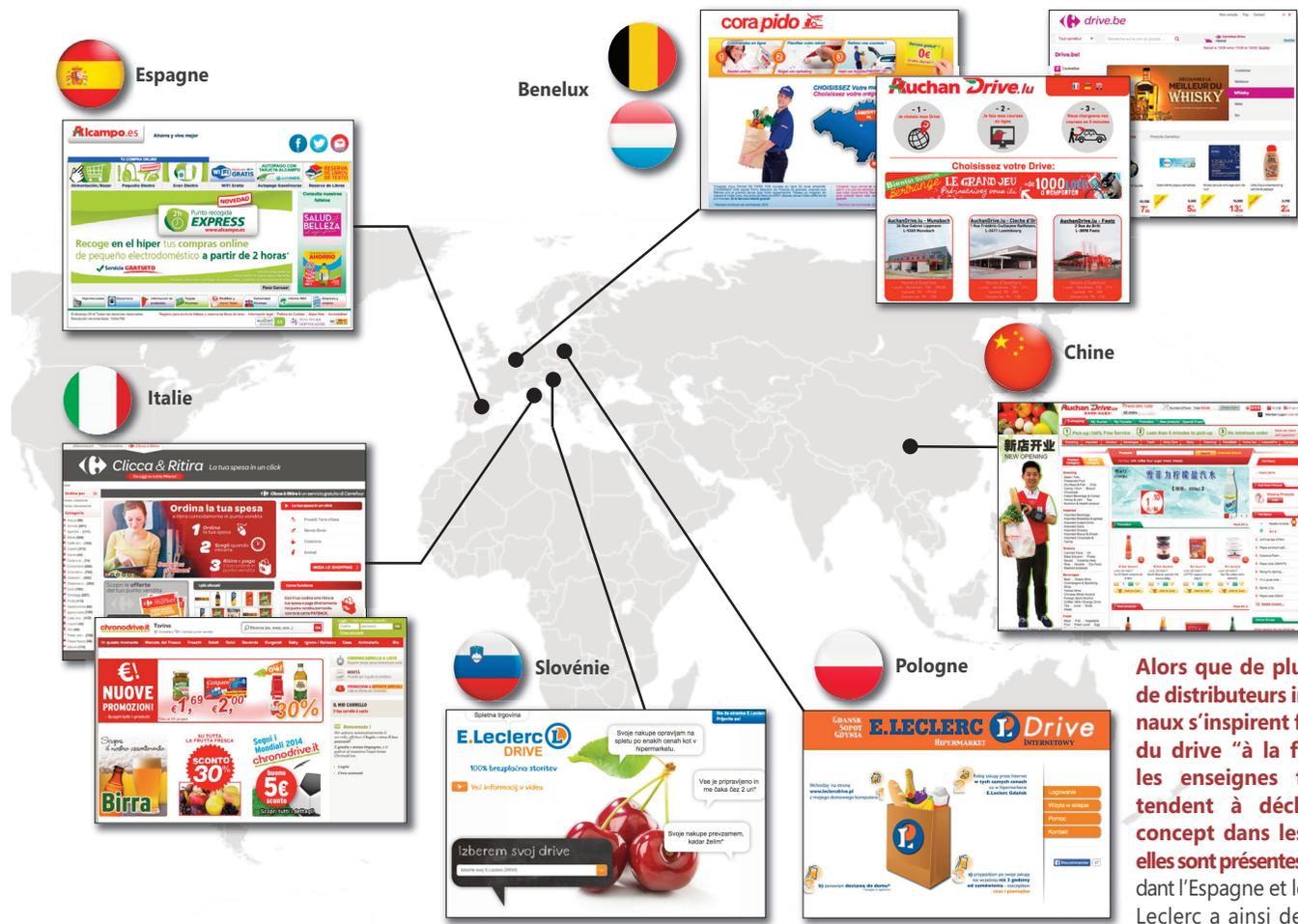
La solution DiagDrive par l'exemple 3/3

Enseignes	HARRYS 100% MIE SANS CROUTE PETITE TRANCHE NATURE 500G
	Accueil > Épicerie sucrée > Petit déjeuner > Pain de mie > Harry's - 100% mie nature (13 ^{ème})
	Accueil > Boulangerie Pâtisserie > Pain de mie > Harry's - 100% mie nature (7 ^{ème})
	Accueil > Épicerie salée > Pain de mie > Nature > Harry's - 100% mie nature (3 ^{ème})
	Accueil > Épicerie sucrée > Petit déjeuner > Pains et Pains de mie > Harry's - 100% mie nature (2 ^{ème})
	Accueil > Épicerie sucrée > Petits déjeuners > Pain de mie et précuit > Harry's - 100% mie nature (12 ^{ème})
	Accueil > Épicerie sucrée > Petit déjeuner > Pain > Harry's - 100% mie nature (17 ^{ème})
	Accueil > Boulangerie > Pain de mie > Harry's - Pain de mie 100% mie (2 ^{ème})
	Accueil > Le marché > Pain de mie > Pain de mie > Harry's - Pain de mie 100% mie (2 ^{ème} page - 6 ^{ème} produit)
	Accueil > Petit déjeuner > Pain & viennoiseries > Harry's - Pain de mie 100% mie (2 ^{ème} page - 98 ^{ème} produit)
	Accueil > Alimentation et boissons > Pain & viennoiseries > Pain de mie > Harry's - Pain de mie 100% mie (28 ^{ème})
	Accueil > Épicerie sucrée > Boulangerie > Pain de mie > Harry's - Pain de mie 100% mie (11 ^{ème})
	Accueil > Épicerie sucrée > Pain - Viennoiseries - Biscottes > Pains de mie > Harry's - Pain de mie 100% mie (19 ^{ème})
	Accueil > Boulangerie, viennoiserie > Pain de mie > Pain de mie blanc grandes tranches > Harry's - Pain de mie 100% mie (12 ^{ème})

• **Le bon produit au bon endroit, au bon moment et au bon format... toutes les enseignes s'y emploient, chacune ayant toutefois la certitude de détenir la vérité !** Ce faisant, certains produits, comme ici le pain de mie, ne sont pas implantés au même endroit d'un drive à l'autre. Les chemins d'accès, au gré des arborescences, peuvent varier sensiblement.

World Wide Drive

> LES ENSEIGNES FRANÇAISES DANS LE MONDE



Alors que de plus en plus de distributeurs internationaux s'inspirent fortement du drive "à la française", les enseignes françaises tendent à décliner leur concept dans les pays où elles sont présentes ! En attendant l'Espagne et le Portugal, Leclerc a ainsi des tests en cours en Pologne et Slove nie.

Les Ateliers du Drive

Mercredi 24 septembre 2014 - Paris
Hôtel Novotel - Vaugirard-Montparnasse

Une journée organisée par **LINEAIRES** et **DAIVERS**

En partenariat avec: **Texabris**, **acreltec**, **SERVIVEDRIVE**

Les temps forts de la journée:

- Les dernières initiatives des enseignes
- L'évolution des modèles logistiques
- Prix: les drives se cherchent toujours
- Drive et supermarché: le mariage impossible ?
- Shoppers abandonnistes ou accros: ce qui les motive vraiment
- Ces catégories de marché qui basculent du magasin vers le drive
- Data management, "buy now", comparateurs: les nouvelles techniques marchandes permises par le drive
- Personnalisation: tout (ou presque) reste à faire!
- Les drives dans le monde

Des témoignages d'enseignes, des bonnes pratiques en images, des solutions opérationnelles, des enquêtes inédites: **ne ratez pas Les Ateliers du Drive 2014!**

Données exclusives **DRIVE Insights** IRI

Plus de renseignements sur www.lineaires.com

World Wide Drive

> DOSSIER SPÉCIAL « LE DRIVE AUX USA » 1/4

Le drive "à la française" débarque outre-Atlantique

> Dans un pays où historiquement la voiture est reine, s'il était jusque-là possible de commander des hamburgers, retirer de l'argent ou encore acheter des médicaments au volant, étonnamment le retrait de courses alimentaires ne faisait pas partie des us et coutumes locales. Certaines enseignes s'y sont essayées, à l'instar d'Albertsons au début des années 2000 ou plus récemment Publix (Publix Curbside), mais ces expériences ont tourné court.

> Fort de son expérience Asda Click and Collect en Grande Bretagne (300 points de retrait) et de ses visites en France, notamment chez Chronodrive, le géant Walmart a initié en début d'année une expérience grandeur nature à Denver (Colorado) avec 11 points de retrait en "store picking". Le test a dû s'avérer rapidement concluant puisqu'il s'étend désormais à un total de 29 unités dans la même zone. Parallèlement, Walmart construit un drive entrepôt à proximité de son siège à Bentonville (Arkansas).

> Dans les faits, pour qui est allé essayer sur place le service "Walmart to go", force est de constater que le modèle proposé pour l'heure par le leader mondial est à

des années-lumière de ce que peuvent pratiquer les enseignes en France.

> Comme il l'avait annoncé en 2012, le groupe de distribution néerlandais Ahold, a développé en 2013 le principe du "click & collect" aux Pays-Bas (17 points de retrait Albert Heijn), mais surtout aux Etats-Unis. Là-bas, Ahold s'est appuyé sur le savoir-faire de sa filiale spécialisée dans la livraison à domicile Peapod. Son site de commande en ligne propose désormais les deux services "delivery" (7 à 10 \$ de frais) et "pick-up" (gratuit). Ce dernier est disponible dans 189 points de retrait, essentiellement situés, selon les Etats, dans des magasins Stop&Shop ou Giant

propriété du groupe Ahold.

> L'autre distributeur européen opérant sur le sol américain, Delhaize Group, expérimente également le "drive" dans trois de ses magasins Hannaford. Pour illustrer son service "Hannaford to go", l'enseigne a choisi une formule on ne peut plus explicite : « Click, click. Vroom, vroom. ». Pour l'heure Food Lion, l'enseigne majeure de Delhaize aux USA, ne semble pas concernée.

> Parmi les distributeurs de premier plan, Kmart pratique lui aussi dans certains cas le « Buy online, pickup at your local Kmart for free » sur les produits d'épicerie et d'entretien, alors que Target, lui, se contente pour l'instant d'un service "click and collect" non alimentaire et Safeway d'un service de livraison à domicile. Si Kroger n'a pas encore dévoilé d'activité drive sous sa propre enseigne, le groupe ne s'en désintéresse pas, loin de là, comme l'attestent les tests menés dans trois points de vente King Soopers à Denver (comme par hasard...) ou le service "express lane" proposés dans 150 points de vente Harris Teeter.



C.E.E. R.
SCHISLER
PACKAGING SOLUTIONS

LE PARTENAIRE QU'IL VOUS FAUT POUR MIEUX SERVIR VOS CLIENTS !

Leader européen Français du sac papier employant 400 personnes .

Réactivité et disponibilité grâce à une équipe dédiée à la gestion de la relation clients .

Seul Fabricant Français du sac papier Drive ambiant et sac papier surgelés Drive ; avec code barre variable.

Une question ?
contactdrive@ceeschisler.fr

Zone industrielle - CS 80167 79104 THOUARS Cedex - France
Tél. (33) 05.49.68.13.77 • Fax. (33) 05.49.96.27.83
e.mail : contact@ceeschisler.fr • Internet : www.ceeschisler.fr

World Wide Drive

> DOSSIER SPÉCIAL « LE DRIVE AUX USA » 2/4

Les forces en présence



✓ QUI EST IN ?

 29 points de retrait (Denver, CO) 1 drive entrepôt (Bentonville, AR)	 3 points de retrait (Denver, CO)	 150 points de retrait (DE, GA, MD, NC, SC, TN, VA)	 N.C.	 4 points de retrait (PA)
 good for you. 61 points de retrait (NC, SC)	 6 points de retrait (IL)	 121 points de retrait (CT, NY, NJ, MA, RI)	 3 points de retrait (NY, NH, ME)	 1 point de retrait (NJ)

✗ QUI EST OUT ?

C.E.E. R. SCHISLER
PACKAGING SOLUTIONS

LAISSEZ - VOUS EMBALLER PAR C.E.E. R. SCHISLER !

Format PRATIQUE ;
ZERO contamination bactériologique et finie la corvée du tri des sacs !

Biodégradable, valorisable par les filières du carton

Satisfaction des clients en utilisant un sac écologique et qualitatif

Réelle amélioration de productivité en préparation de commandes (5 à 10 % de gain de temps)

Un conseil sur votre projet Drive :
contactdrive@ceeschisler.fr

Zone industrielle - CS 80167 79104 THOUARS Cedex - France
Tél. (33) 05.49.68.13.77 • Fax. (33) 05.49.96.27.83
e.mail : contact@ceeschisler.fr - Internet : www.ceeschisler.fr



L'actu drive

> DOSSIER SPÉCIAL « LE DRIVE AUX USA » 3/4

Walmart To Go : faits et chiffres



L'offre

35 000 réf.
présentes en magasins
où le picking est réalisé

dont

42% d'alimentaire **8,5%** de frais

et

2 000 réf.
de médicaments

L'organisation

à Denver :
store-picking
+
"drive étoile"
certains magasins
préparant les commandes
pour d'autres points
de retrait de la ville

Le service

- Le retrait des courses n'est possible que le lendemain de la commande.
- Selon les magasins, Walmart exploite 2 types de points de retrait. Avec un degré de service plus ou moins élevé vu du client.
 - > Avec borne de retrait et emplacement réservé.
 - > Aucun emplacement dédié et n° téléphonique pour se faire servir.

Le picking

La préparation en magasin est effectuée sur un mode multicommandes (chariots multibacs). La surface de vente est découpée en univers, les allées sont numérotées et chaque tablette est codifiée pour la géolocalisation des articles.

Le parc

29 points de retrait.
(Denver, CO)
+
bientôt
1 drive-entrepôt
(Bentonville, AR)



C.E.E. R.
SCHISLER
PACKAGING SOLUTIONS

LE PARTENAIRE QU'IL VOUS FAUT POUR MIEUX SERVIR VOS CLIENTS !

Leader européen Français du sac papier employant 400 personnes .

Réactivité et disponibilité grâce à une équipe dédiée à la gestion de la relation clients .

Seul Fabricant Français du sac papier Drive ambient et sac papier surgelés Drive ; avec code barre variable.



Une question ?
contactdrive@ceeschisler.fr

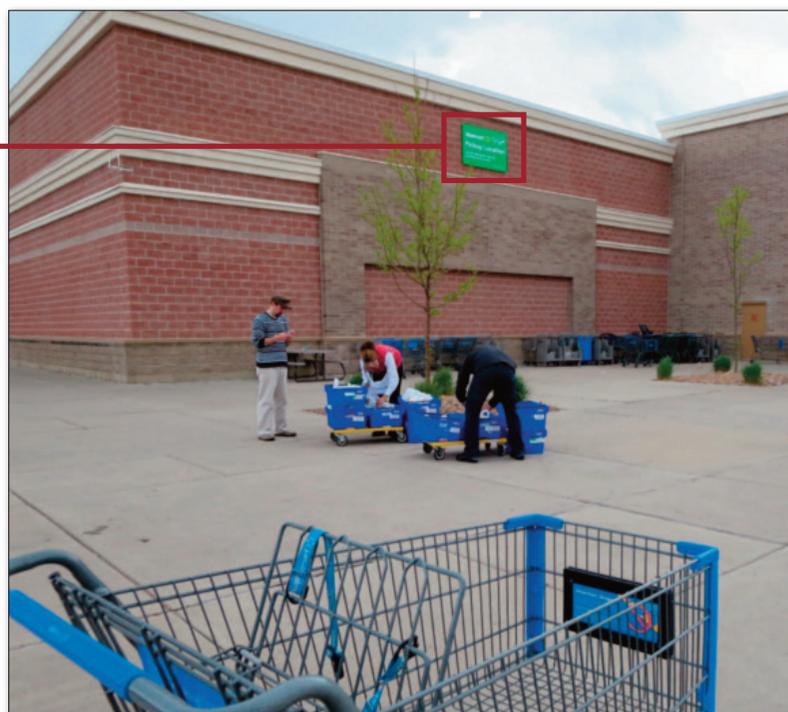


Zone industrielle - CS 80167 79104 THOUARS Cedex - France
Tél. (33) 05.49.68.13.77 • Fax. (33) 05.49.96.27.83
e.mail : contact@ceeschisler.fr • Internet : www.ceeschisler.fr

L'actu drive

> DOSSIER SPÉCIAL « LE DRIVE AUX USA » 4/4

Walmart To Go : testé et... désapprouvé !



Le drive Walmart en mode amateur ! Aussi curieux qu'il puisse paraître, le service Walmart To Go est très peu mis en avant dans les magasins "testés", à l'exception d'une petite bannière discrète en façade. Au niveau du retrait, la qualité du service au client est au mieux faible, au pire inexistante. Pas de place réservée, pas de borne ou d'interphone, une ligne téléphonique dédiée qui ne décroche pas toujours, des employés peu rodés à la pratique et visiblement débordés avec 16 commandes sur une demi-journée ! C'est de loin le point d'étonnement de ce test. Comment Walmart qui est pourtant venu enquêter en France a-t-il pu ignorer que le succès du drive reposait à la fois sur la préparation de commande ET sur le service rendu lors du retrait ?



C.E.E. R.
SCHISLER
PACKAGING SOLUTIONS

LAISSEZ - VOUS EMBALLER PAR C.E.E. R. SCHISLER !

Format PRATIQUE ;
ZERO contamination bactériologique
et finie la corvée du tri des sacs !

Biodégradable, valorisable par les
filières du carton

Satisfaction des clients en utilisant un
sac écologique et qualitatif

Réelle amélioration de productivité
en préparation de commandes
(5 à 10 % de gain de temps)



Un conseil sur votre projet
Drive :
contactdrive@ceeschisler.fr



Zone industrielle - CS 80167 79104 THOUARS Cedex - France
Tél. (33) 05.49.68.13.77 • Fax. (33) 05.49.96.27.83
e.mail : contact@ceeschisler.fr • Internet : www.ceeschisler.fr

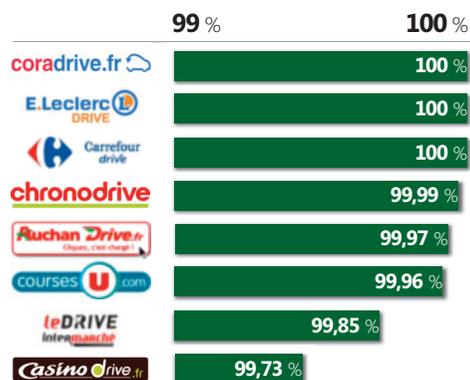
Les performances des sites vue par

Mesurées du 1^{er} mai au 30 mai



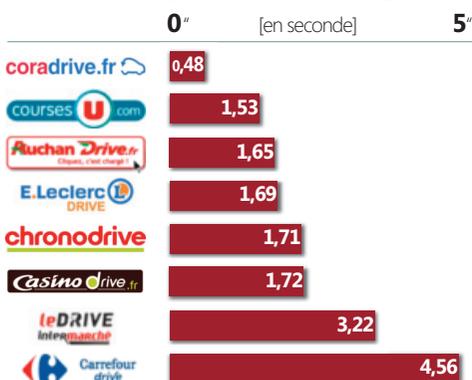
La disponibilité

% des requêtes qui ont abouti



La rapidité

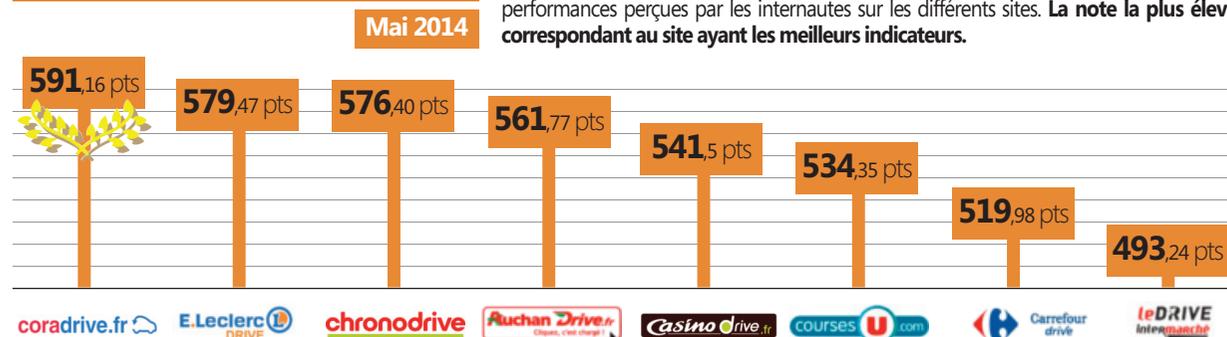
Vitesse d'affichage moyenne de la page 1



Tiers de confiance reconnu depuis plus de 10 ans, NETvigie propose un panel de solutions visant à mesurer la qualité des sites web perçue par les utilisateurs (disponibilité, performances,...) afin de permettre aux acteurs du e-commerce européens de gérer et anticiper au mieux leurs investissements.
Plus d'info : www.netvigie.com

Expérience utilisateur

L'ensemble des paramètres analysés par NETvigie (aboutissement, fluidité, rapidité, régularité, etc.) est ici synthétisé dans une note globale permettant une vision simple, précise et objective des performances perçues par les internautes sur les différents sites. **La note la plus élevée correspondant au site ayant les meilleurs indicateurs.**



Les Ateliers du Drive

Mercredi 24 septembre 2014 - Paris
Hôtel Novotel - Vaugirard-Montparnasse

Une journée organisée par LINEAIRES

En partenariat avec: Texabris, acretec, SERVICE DRIVE

Les temps forts de la journée:

- Les dernières initiatives des enseignes
- L'évolution des modèles logistiques
- Prix: les drives se cherchent toujours
- Drive et supermarché: le mariage impossible?
- Shoppers abandonnistes ou accros: ce qui les motive vraiment
- Ces catégories de marché qui basculent du magasin vers le drive
- Data management, "buy now", comparateurs: les nouvelles techniques marchandes permises par le drive
- Personnalisation: tout (ou presque) reste à faire!
- Les drives dans le monde

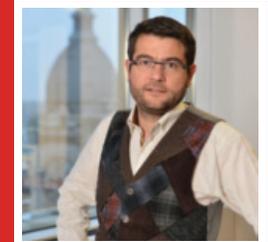
Des témoignages d'enseignes, des bonnes pratiques en images, des solutions opérationnelles, des enquêtes inédites: **ne ratez pas les Ateliers du Drive 2014!**

Données exclusives DRIVE Insights IRI

Plus de renseignements sur www.lineaires.com

UN LIVRE 100 % TERRAIN

DIXIÈME ÉDITION DES
Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers



« Personne ne regarde les magasins comme lui... Et, surtout, n'ose le raconter... »



Nouvelle édition **2014**,
84 pages.

Olivier Dauvers vous fait partager une année à visiter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, éplucher les prospectus.

A LIRE : Mois par mois, le bêtisier complet de l'année avec les nouvelles enseignes, les bonnes et mauvaises pratiques merchandising, les initiatives marketing, etc. Le tout illustré d'exemples 100 % terrain !

“Un excellent exercice de Penser Client”



Disponible sur
www.olivierdauvers.fr /rubrique Shop
ou par mail florence.taillefer@editionsdauvers.fr

Prix : 22 € TTC - Dégressif pour commande en nombre (à partir de 8 € / ex)



L'éditeur-expert
Grande Conso

Le Benchmark en images

Retail is detail... même en drive.
Cette rubrique n'a d'autre but que de comparer les principales enseignes de drive entre elles sur un détail précis qui a toute son importance.

Comme les linéaires des hypers et supermarchés, les pages des sites drive ne sont pas à l'abri des ruptures ponctuelles sur certains produits. Cette fois-ci MAG DRIVE s'intéresse à la façon dont les différentes enseignes gèrent cette problématique vis-à-vis de leurs cyberclients.

Les ruptures



Le Benchmark La gestion des ruptures



Une majorité d'enseignes a fait le choix de retirer purement et simplement les produits en rupture de leur assortiment. Dès lors, à la différence des linéaires en magasins, l'absence d'une référence ne crée pas de "trou" dans l'offre, le facing virtuel demeure impeccable. A contrario, impossible de savoir pour le consommateur si l'article recherché est seulement en rupture ponctuelle ou s'il n'est pas référencé.

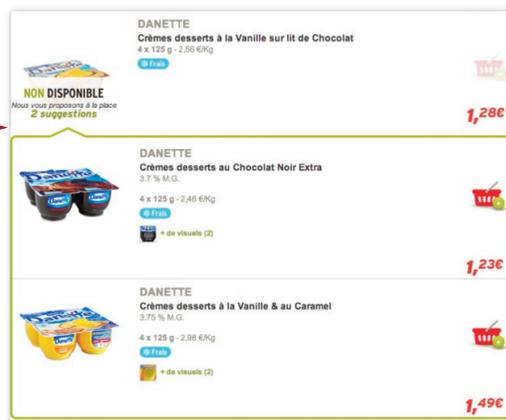


Leclerc Drive, Cora Drive et Match Drive indiquent de façon très positive que la référence est "bientôt disponible". De plus, le visuel du produit apparaît voilé. A noter que seul Match laisse le prix du produit en rupture.

Le Benchmark La gestion des ruptures

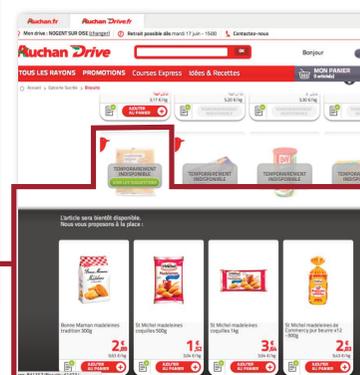
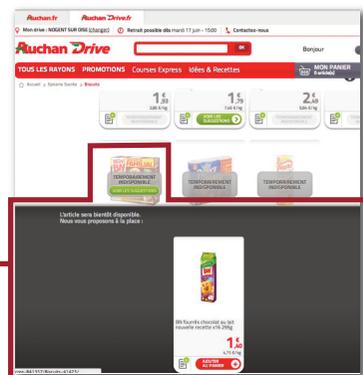
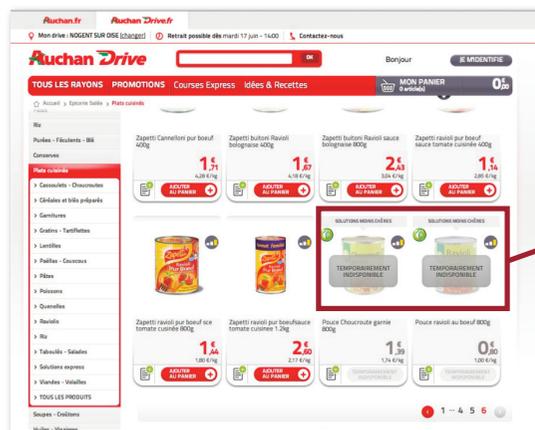


Politesse. Simply Market précise que les produits en rupture sont "bientôt disponible" et se montre toutefois "désolé" de la situation.



Chez Chronodrive, outre la mention "non disponible" apposée sur le visuel habituel du produit, le panier apparaît en voilé pour matérialiser l'impossibilité de commander. Pour certains produits, l'enseigne suggère des produits de remplacement. Idem chez Casino Drive.

Le Benchmark La gestion des ruptures



Comme Chronodrive, sur certains produits en rupture, Auchan Drive suggère des produits de substitution. Qu'il s'agisse d'une marque nationale ou d'une MDD. Sinon les ruptures sont signalées par la mention «Temporairement indisponible», la photo voilée et la couleur grise du PVC au lieu du rouge habituel.

PARC, ENSEIGNES, POLITIQUES
MARCHANDISES, PRIX...

L'ÉTUDE DE RÉFÉRENCE



TOUS LES MOIS

[juillet-août couplés]

powered by

éditions
DAUVERS

a3distrib

Renseignements : florence.taillefer@editionsdauvers.fr

TARIFS 2014

Licence
de MULTIDIFFUSION
Groupe



Centrales,
Enseignes...

2 990 € HT

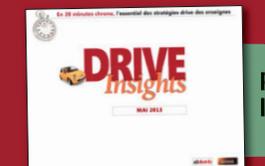
Licence
de MULTIDIFFUSION
Société



Industriels,
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE
sans droit de copie



PME,
Indépendants...

990 € HT

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

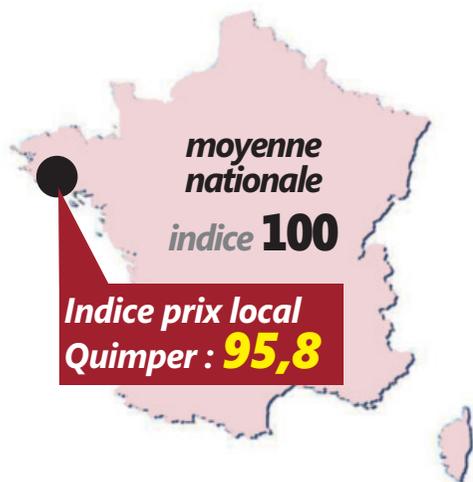
La ville

L'agglomération de Quimper compte un peu moins de 100 000 habitants et totalise 8 drives. Face aux 3 drives "étoiles" déployés par Leclerc, le groupe Casino affiche une unité solo à l'enseigne Express, une accolée au Géant et une autre rattachée au super Casino. Enfin, Carrefour et Carrefour Market ont chacun leur drive.

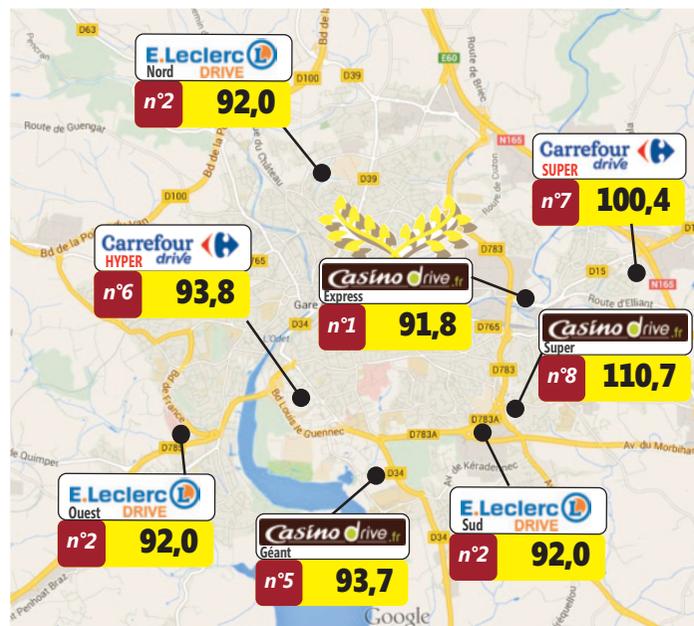
Source :

 Juin 2014

> QUIMPER VS. FRANCE



> CLASSEMENT PRIX DES DRIVES



> DENSITÉ DRIVES VS. POPULATION

12 500 habitants/drive

La moyenne française est de **24 250** habitants/ drive

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT

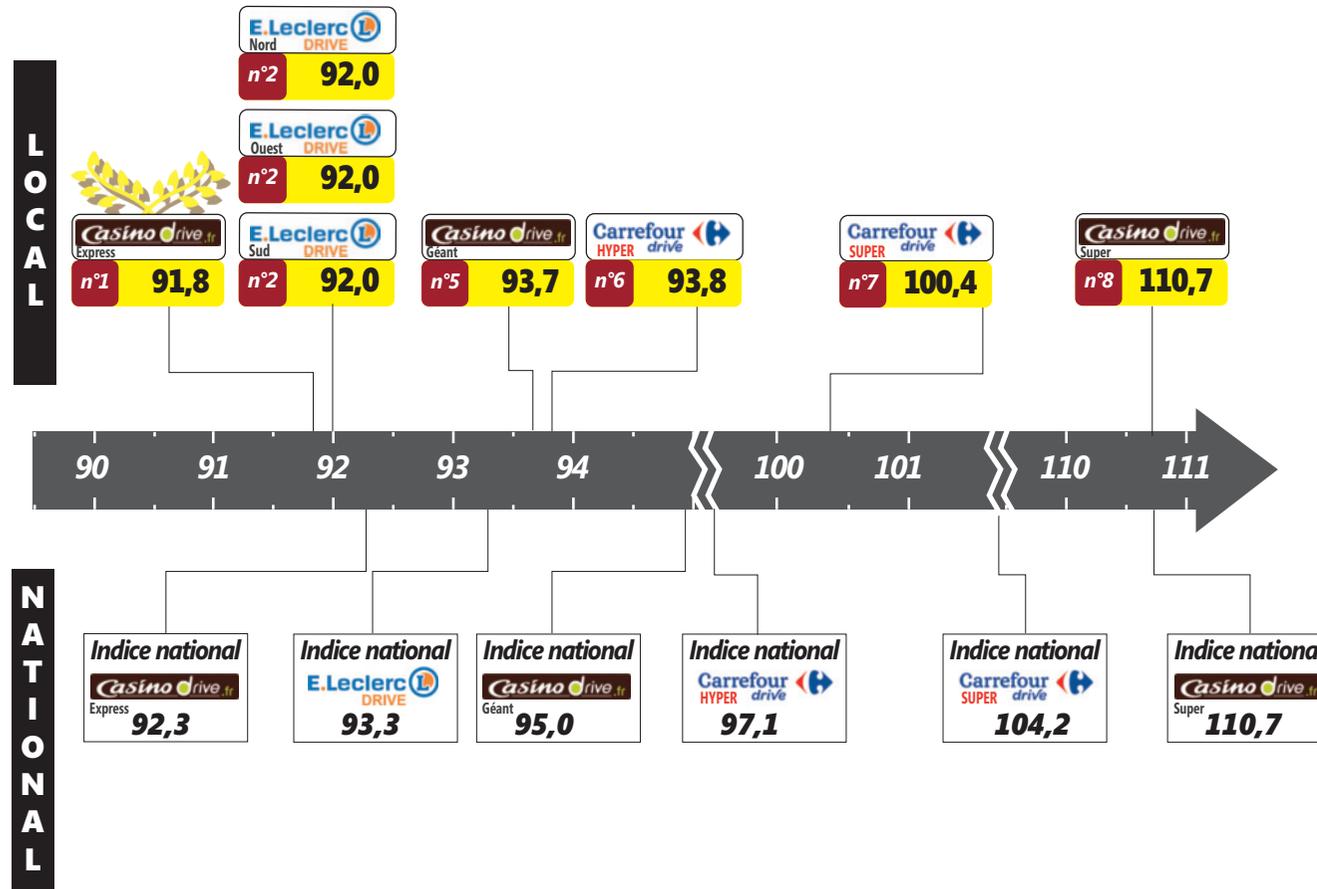
↓
 nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

La ville **Quimper (29)**

> LES ENSEIGNES PRÉSENTES VS LEUR POSITIONNEMENT NATIONAL



POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



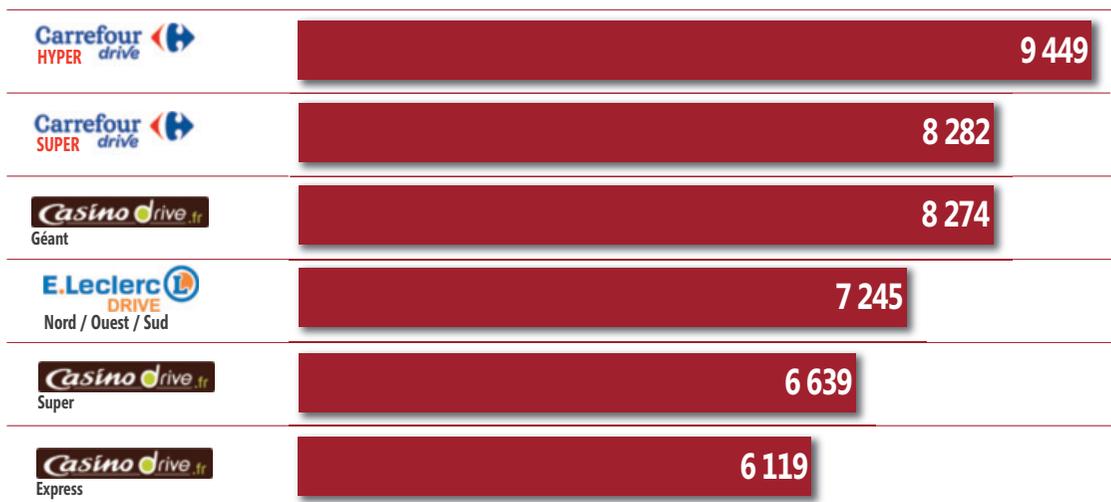
nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

> ASSORTIMENT TOTAL

Juin 2014
Nbre de réf.



La moyenne française est de **10 143** références

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



> L'OFFRE PRODUITS FRAIS

Nombre de réf.	Boulangerie pains frais /dont baguettes	Fromagerie assortiment total tous fromages	Poissonnerie filets et poissons entiers	Fruits frais	Boucherie viande bovine hors hachés et marques
	39 / 9	351	4	82	8
	18 / 5	277	0	45	2
	20 / 5	229	0	36	9
	11 / 39	228	6	64	20
	19 / 4	200	0	34	0
	0 / 0	117	0	28	0

Très belle gamme boulangerie au drive de l'hyper Carrefour avec près de 40 réf. A contrario, Casino Express, seul drive solo de l'agglomération, ne dispose pas d'offre de pain frais. Seulement deux pains précuits MDD et une boule tranchée non disponible.

Pour composer un beau plateau de fromages, mieux vaut compter sur Carrefour. L'offre est des plus larges, elle compte de plus un assortiment de 34 fromages issus du rayon coupe. Les drives Carrefour sont les seuls à proposer cela.

Pour une ville bretonne relativement proche de la mer (une vingtaine de kilomètres), les drives quimpérois ont une offre poissonnerie à pleurer ! Leclerc tire son épingle du jeu avec 6 filets : merlan, lieu noir, cabillaud, saumon (bio ou pas) et morue. Carrefour lui ne propose que du saumon.

L'hyper Carrefour a de loin l'offre de fruits frais la plus étoffée avec 82 références, suivi de Leclerc (64). En revanche, Géant déçoit par l'étroitesse de son offre.

Seuls 3 drives offrent un assortiment de viande bovine digne de ce nom. Comment souvent chez Leclerc, les produits sont désignés par la mention «Sélectionné par nos bouchers ». A noter dans le cas de Casino, la qualité des photos utilisées, rendant l'offre bien plus attractive.

Relevés le 23 juin 2014

**POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT**



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

> **FOCUS OFFRE RÉGIONALE**

Bières et cidres



	Nbre de réfs. bières.	Nbre de réfs. cidres
	6	32
	0	16
	4	16
	0	10
	2	14
	0	11

Boisson historique, le cidre n'a désormais plus le monopole puisque la Bretagne compte quelques belles brasseries artisanales. Seuls trois drives ont laissé la place à ces productions locales au côté des Kronenbourg, Heineken, Leffe et consorts. Carrefour présente l'offre la plus diversifiée avec les marques Coreff, Britt, Dremmwel et Lancelot.

Breizh Cola



	Nombre de réf.
	4
	5
	2
	6
	2
	0

En 2014, la première initiative de cola régional, Breizh Cola, est partie à l'assaut du marché parisien. Bien présente dans les hypers et supers bretons, la marque fait l'objet d'un référencement hétérogène dans les drives. Seul Leclerc propose la gamme complète.

Crêpes et galettes nature



	Nombre de réf.
	4
	3
	4
	11
	4
	4

Leclerc fait honneur à cette spécialité qui s'est fait connaître hors des frontières bretonnes grâce au réseau des crêperies. Parmi les 11 références proposées, quelques "krampouz" (crêpe en breton) issues d'ateliers artisanaux du Finistère.

> C'EST DE SAISON !

Focus Coupe du Monde



Coupe du monde



Mise en avant
(nb. réf.)



oui (45)



oui (85)



oui (31)



oui (228)



oui (28)



oui (20)

Certains drives quimpérois sont plus foot que d'autres. Les interfaces web de Leclerc et celles de Casino mettent clairement en avant l'événement, le premier avec une rubrique "Coupe du Monde", les seconds avec une bannière annonçant le prochain match de l'équipe de France. Chez Carrefour, plus subtil, une boutique "Plateaux-repas" a fait son apparition dans la colonne latérale.

Barbecue/Grillades



BARBECUE

Mise en avant
(nb. réf.)



non (39)



non (8)



oui (66)



non (15)



oui (43)



oui (35)

Seuls les drives Casino jouent pleinement la carte du barbecue avec une bannière en page d'accueil et une boutique dédiée. L'occasion de proposer certes des produits à griller (plus ou moins, une dizaine chez Géant et à peine 3 chez Express), mais également des sauces, des biscuits apéritifs ou encore de la vaisselle jetable.

Produits solaires



SOLAIRE

Nombre de réf.



24



11



40



10



24



16

Les drives Casino sont bien à l'heure d'été, ils ont même une boutique "solaire". Les Carrefour ne sont pas en reste. A noter que cette catégorie de produits a été intégrée dans un rayon plus global intitulé "Départ en vacances" au côté, notamment, d'une offre "Marre des insectes"... on ne peut plus explicite.

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

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

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-al :
résultats, performances, benchmark, etc.

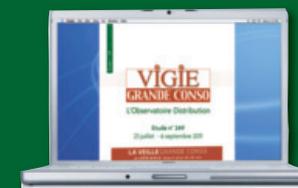
RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes mondiales

2 FORMULES
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)

Informations et souscription :
jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

une publication

éditions
DAUVERS

L'enseigne

Casino Drive



Casino drive.fr

Source :



Juin 2014

Ces derniers mois, le groupe Casino a entrepris de rationaliser ses enseignes de e-commerce alimentaire. Si l'URL CasinoDrive.fr fédère l'ensemble des activités drive, qu'il s'agisse de picking en magasin ou de drive solo. MesCourses-Casino.fr est réservée à la livraison à domicile.

> Pour son entrée sur le marché du drive en 2010, Casino a fait le choix de limiter les investissements en ouvrant des points de retrait attenant à certains de ses Géant et Casino Super, avec picking en magasin. En 2012, le groupe a ouvert ses premiers drives solos sous l'enseigne Casino Express. Si, au départ, celle-ci avait sa propre interface web, désormais tous les drives, au nombre de 187 au 1^{er} juin, ont la même vitrine virtuelle.

> Les prix pratiqués sont en revanche très différents (cf. page suivante). Les 12 Casino Express sont les plus agressifs, suivis désormais de près par les 98 drives de Géant dont le positionnement prix a sérieusement été revu à la baisse depuis 18 mois. Quant aux 77 drives sous enseigne Casino Supermarchés, ils ne jouent clairement pas dans la même cour.



L'ORGANISATION TYPE

Picking (monocommande)
en supers et hypers

12 drives solos sous l'enseigne
Drive Express

Retrait en service voiture
"full drive".



Votre Auvent DRIVE

Conception Fabrication Installation

**1er CONSTRUCTEUR
D'AUVENT DRIVE**

PLUS DE 350 INSTALLATIONS

**20 ANS D'EXPERTISE MÉTIER
POUR VOUS ACCOMPAGNER**

Votre DEVIS GRATUIT



par internet
www.texabri.com



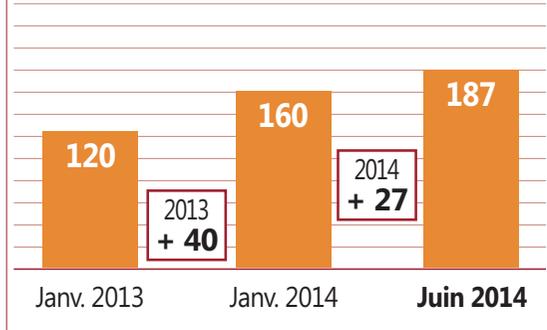
par téléphone
04 74 78 03 87



Texabri
Z.I Vaugris - Route du barrage
38121 Reventin-Vaugris

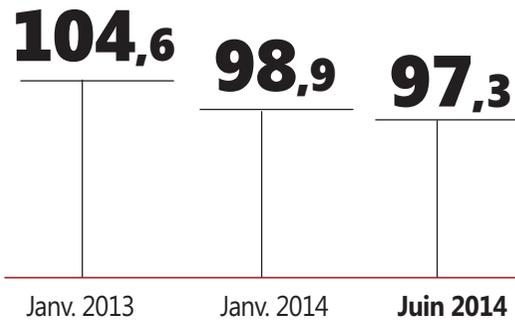
LE PARC

Nombre de sites drive



LES PRIX

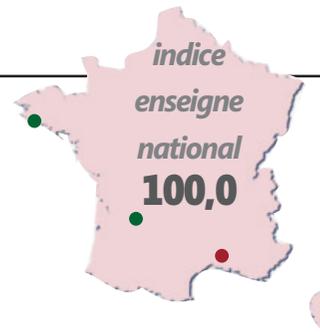
Évolution de l'indice de prix (100 = moy. France)



VARIABILITÉ DES PRIX

Le moins cher
indice **91,8**

- Casino Drive Quimper (29) et Marsac-sur-l'Isle (24) (Casino Express)



Le plus cher
indice **114,8**

- Casino Drive Colombier (34) (Casino Supermarché)

Dans le détail des enseignes, l'indice prix des Casino Express s'étage entre 91,8 et 92,3 (Andrezieux Bouthéon). Celui des Géant, entre 93,6 (Quimper) et 100,4 (Mezzeria). Enfin, celui des Casino Supers, entre 102 (Calvi) et 114,8.

Carrefour drive

Carrefour drive

E.LECLERC Drive

Casino drive

leDRIVE Intermarché

10 ans

DECouvrez NOS REALISATIONS

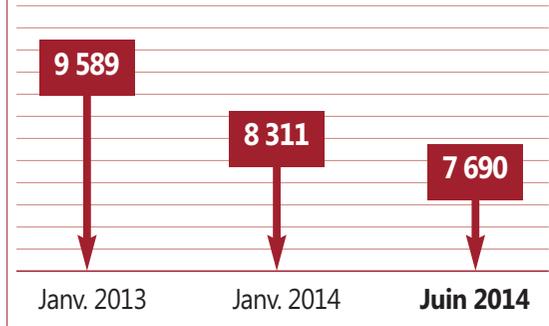
par internet www.texabri.com

Texabri

Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram icons

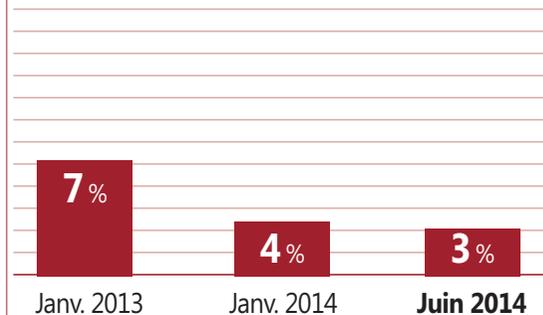
L'OFFRE

Nombre moyen de références



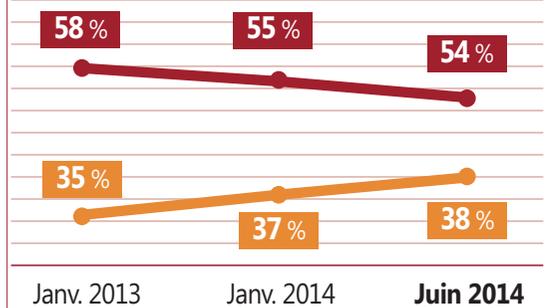
L'ASSORTIMENT NON-AL

% d'articles non-al



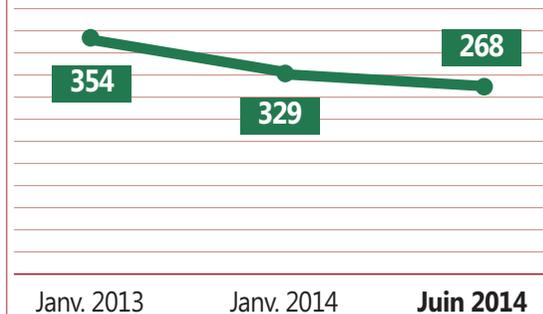
MDD & MARQUES

% de MDD et de marques nationales



PREMIERS PRIX

Nombre moyen de références premiers prix




Texabri
Votre Auvent DRIVE
 Conception Fabrication Installation

1er CONSTRUCTEUR D'AUVENT DRIVE

PLUS DE 350 INSTALLATIONS

20 ANS D'EXPERTISE MÉTIER POUR VOUS ACCOMPAGNER

Votre DEVIS GRATUIT

par internet
www.texabri.com

par téléphone
 04 74 78 03 87

Texabri
 Z.I Vaugris - Route du barrage
 38121 Reventin-Vaugris



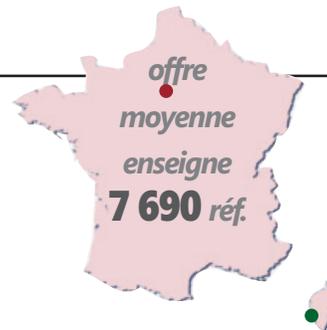
COMPOSITION DE L'OFFRE



VARIABILITÉ DE L'OFFRE

L'offre la plus courte
5 052 réf.

- Casino Drive Mere (78)
(Casino Express)



L'offre la plus large
8 477 réf.

- Casino Drive Mezzavia (21)
(Géant)

Carrefour Drive

Carrefour Drive

E.LECLERC Drive

E.LECLERC Drive

Casino Drive

Casino Drive

leDRIVE Intermarché

leDRIVE Intermarché

10 ans

DECouvrez NOS REALISATIONS

par internet
www.texabri.com

Texabri

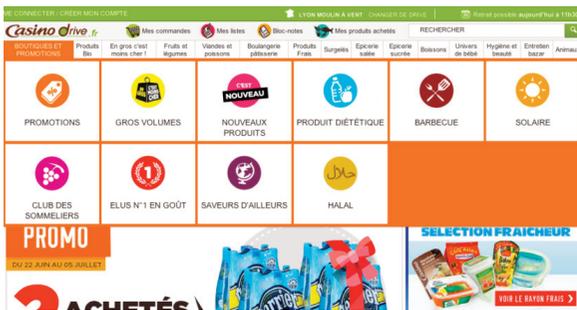
L'INTERFACE CLIENT

• La page d'accueil

Pour le moins chargée, la page d'accueil de Casino Drive n'est pas sans rappeler un autre site marchand du groupe Casino : CDiscount.

Casino Drive fait la part belle aux marques et aux promos tandis que l'accès aux rayons est plus discret, en haut de page.

Outre les rayons classiques, un onglet « Boutiques et Promotions » permet un accès direct à différentes sélections, dont les « gros volumes », les promotions ou encore les produits à griller.



L'INTERFACE CLIENT

• **La navigation**



Le bandeau d'onglets permet de naviguer dans les différents rayons du magasin. **Une photo propre à chaque univers aide à se repérer pour faciliter la navigation.**

Le clic sur le nom d'un univers (Boulangerie-Pâtisserie, Surgelés, Boissons, etc.) ou d'une sélection thématique renvoie vers une nouvelle page affichant les catégories de produits qui composent l'univers concerné.

En sélectionnant l'une des catégories de produits, l'offre totale apparaît. Avec la **possibilité néanmoins d'afficher tous les produits ou seulement les produits Casino, les promos ou les produits bio.**

Pour descendre dans l'arborescence, un menu déroulant (cf. exemple ci-dessus), permet de retrouver les différents rayons.



Le mode « recherche » est facilité grâce à l'affichage de suggestions de mots (produits ou famille de produits, marques, etc.)

Les Ateliers du Drive

Mercredi 24 septembre 2014 - Paris
Hôtel Novotel - Vaugirard-Montparnasse

Une journée organisée par **LINEAIRES** et **DAUVINS**

En partenariat avec: **Texabris**, **acretec**, **SERVICE DRIVE**

Les temps forts de la journée:

- Les dernières initiatives des enseignes
- L'évolution des modèles logistiques
- Prix: les drives se cherchent toujours
- Drive et supermarché: le mariage impossible?
- Shoppers abandonnistes ou accros: ce qui les motive vraiment
- Ces catégories de marché qui basculent du magasin vers le drive
- Data management, "buy now", comparateurs: les nouvelles techniques marchandes permises par le drive
- Personnalisation: tout (ou presque) reste à faire!
- Les drives dans le monde

Des témoignages d'enseignes, des bonnes pratiques en images, des solutions opérationnelles, des enquêtes inédites: **ne ratez pas les Ateliers du Drive 2014!**

Données exclusives **DRIVE Insights** **IRI**

Plus de renseignements sur **www.lineaires.com**

L'INTERFACE CLIENT

• Le rayon

Dans chaque rayon, apparaissent en premier les promotions, puis les références faisant partie de la sélection « En gros, c'est moins cher ». Puis viennent les autres références, classées dans une logique de type de recettes plutôt que de marques. Pour les desserts lactés, par exemple : les crèmes desserts marques et MDD, puis les flans caramel, les riz et semoules et enfin les liégeois.

ME CONNECTER / CRÉER MON COMPTE ★ LYON MOULIN À VENT CHANGER D

Casino Drive .fr

BOUTIQUES ET PROMOTIONS Produits Bio En gros c'est moins cher ! Fruits et légumes Viandes et poissons Boulangerie pâtisserie Produits Frais Surgelés Epicerie salée Epicie sucr

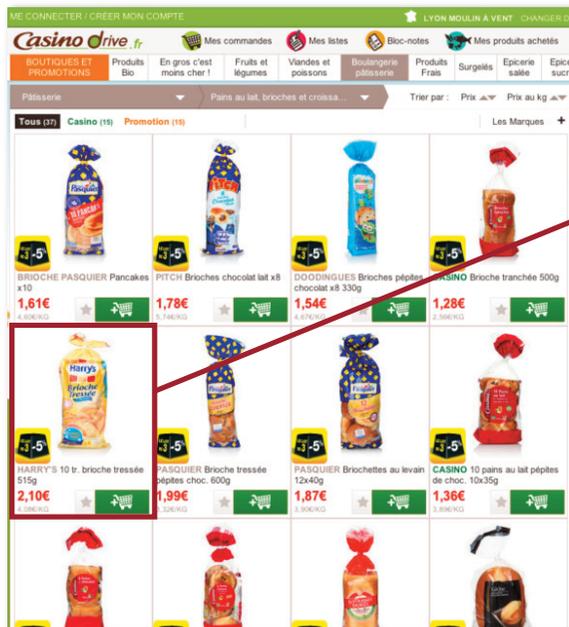
Yaourts et desserts Desserts lactés Trier par : Prix ▲▼ Prix au kg ▲▼

Tous (95) Casino (46) Promotion (33) Les Marques +

<p>-50% sur 1,97 €</p> <p>NESTLÉ Mousse au caramel au beurre salé 4x59g</p> <p>1,20€ 2,50€/L</p>	<p>-50% sur 1,97 €</p> <p>LA LAITIÈRE Secret de mousse Chocolat au lait 4x59g</p> <p>1,20€ 2,50€/L</p>	<p>-50% sur 1,97 €</p> <p>LA LAITIÈRE Secret de Mousse chocolat noir 4x59g</p> <p>1,20€ 2,50€/L</p>	<p>-50% sur 1,97 €</p> <p>LES 2 VACHES Crème dessert chocolat 4 x 95 g</p> <p>1,74€ 4,58€/KG</p>
<p>-5% sur 2,42 €</p> <p>CASINO Crème dessert Par 12</p> <p>2,42€ 1,61€/KG</p>	<p>-5% sur 1,46 €</p> <p>CASINO Crème dessert choco croc Par 4</p> <p>1,46€ 2,92€/KG</p>	<p>-5% sur 0,95 €</p> <p>CASINO Crèmes dessert saveur pistache Par 4</p> <p>0,95€ 1,90€/KG</p>	<p>-5% sur 0,91 €</p> <p>CASINO Crème dessert saveur café Par 4</p> <p>0,91€ 1,82€/KG</p>

L'INTERFACE CLIENT

• La fiche produit



• Claire et avenante, la fiche produit est assez succincte. Elle détaille certes le prix au kilo ou au litre, le poids du produit et la liste des ingrédients mais ne donne pas, par exemple, les valeurs nutritionnelles. De taille moyenne sur la fiche, le visuel peut être grossi en passant la souris dessus. D'autres photos (infos nutritionnelles présentes au dos du pack, conseils de préparation, etc.) permettent de compléter les informations de la fiche.

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



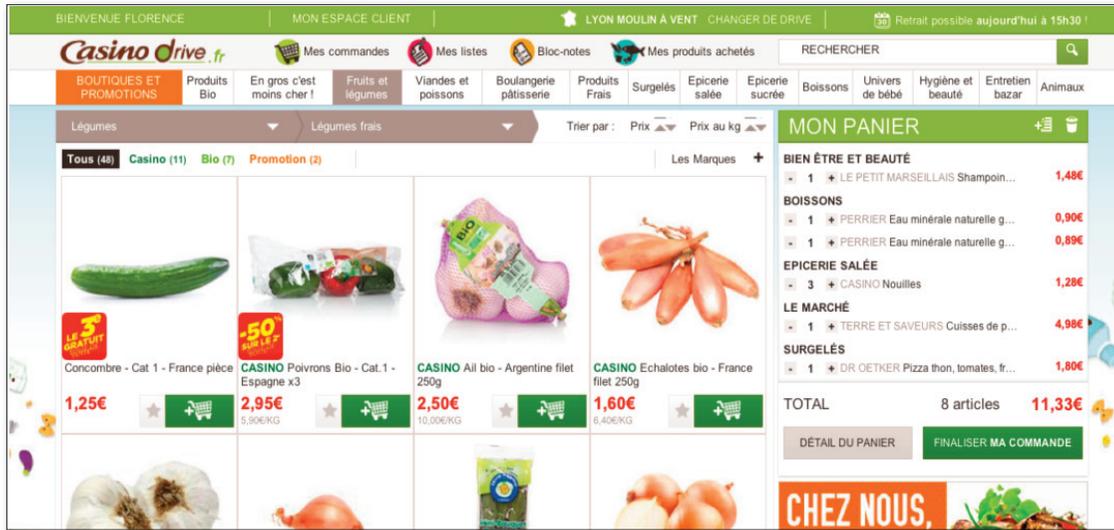
nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

L'INTERFACE CLIENT

• Le panier



• Le panier est constamment visible en haut à droite de l'écran. Le shopper peut ainsi à tout moment vérifier le montant de ses achats, ajouter ou enlever des produits de son panier, afficher le détail ou encore l'enregistrer comme liste d'un simple clic. Il peut aussi finaliser rapidement sa commande une fois les courses terminées. Petit bémol, le client ne peut modifier le contenu de son panier qu'en passant par le bouton « détail du panier ».

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

PARC, ENSEIGNES, POLITIQUES
MARCHANDISES, PRIX...

L'ÉTUDE DE RÉFÉRENCE



TOUS LES MOIS
[juillet-août couplés]

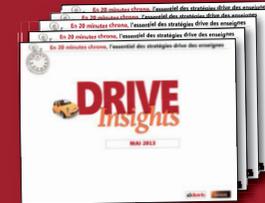
powered by



Renseignements : florence.taillefer@editionsdauvers.fr

TARIFS 2014

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

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

La catégorie

Glaces

Source : 
Juin 2014



a3distrib
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur www.grandeconso.com

La catégorie 



47

> L'ASSORTIMENT MOYEN

127 réf.
en Drive

vs.

249 réf.
en Hypers

134 réf.
en Supers

Source : Iri en CAM au 25/05/2014

> COMPOSITION DE L'OFFRE EN DRIVE

% M NATIONALES	% MDD	% PREMIERS PRIX
56,9 %	41,7 %	1,3 %

solde = marques non identifiées



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

La catégorie 

Mag DRIVE Juillet 2014



> L'ASSORTIMENT PAR ENSEIGNE

Nbre de réf. Mini - Maxi

Enseigne	Nbre de réf.	Mini	Maxi
coradrive.fr	222	161	300
courses U.com HYPER	194	4	253
leDRIVE Inter-marché HYPER	173	55	275
Casino drive.fr HYPER	156	116	163
courses U.com SUPER	155	20	304
leDRIVE Inter-marché SUPER	141	12	277
Casino drive.fr SUPER	120	82	150
Auchan Drive.fr Clévis, c'est chargé!	120	56	179
Carrefour drive HYPER	118	48	149
MONOPRIX	112	57	141
Carrefour drive SUPER	109	58	140
E.Leclerc DRIVE	104	1	151
chronodrive	97	71	127
Casino EXPRESS.FR 100% drive	78	68	108
SIMPLYMARKET.fr	54	47	63
LEADER DRIVE	16	2	22

a3distrib
L'image de vous-même !

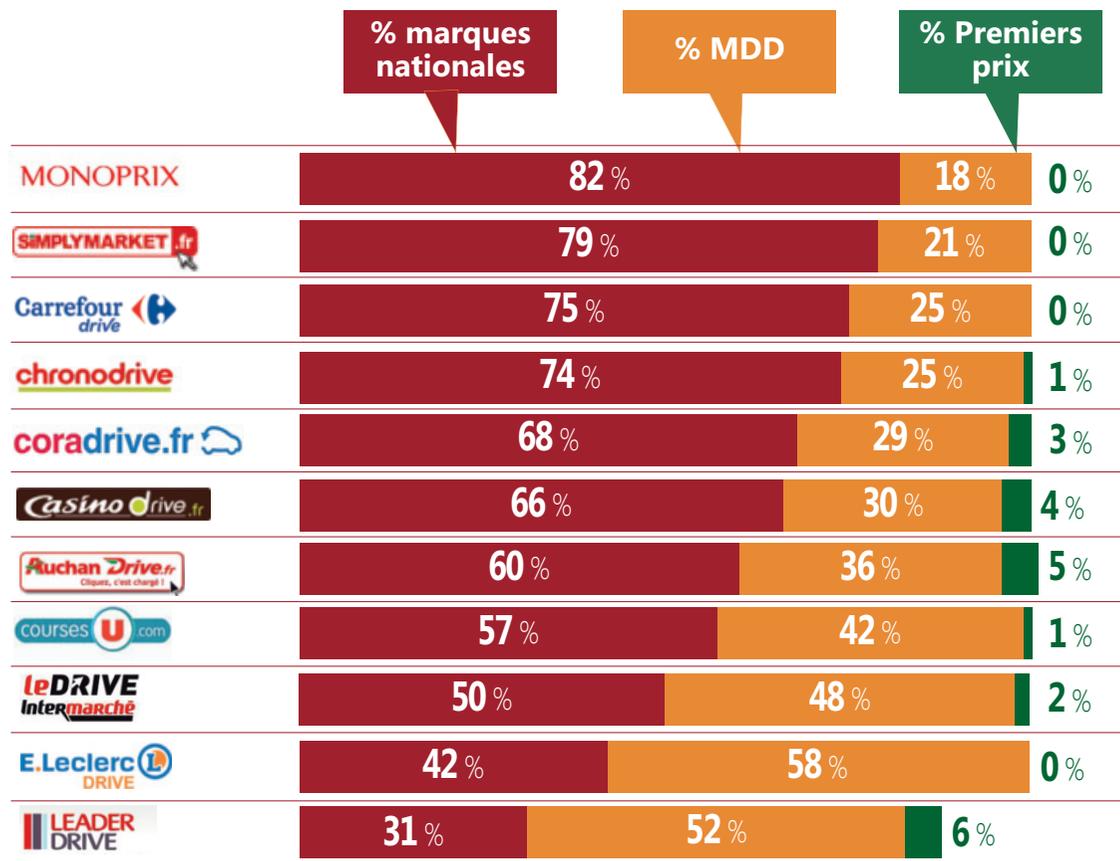


Rendez-vous prochainement sur www.grandeconso.com

La catégorie 



> MARQUES NAT., MDD ET 1ERS PRIX PAR ENSEIGNE



solde = marques non identifiées



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



La catégorie

> TOP 10 DES RÉFÉRENCES LES PLUS DIFFUSÉES

Signifie que cette référence est présente dans 91 % des drives de France



CREME GLACEE CARTE D'OR
CHOCOLAT NOIR - 1 BAC 1 L

DN 91 %



GLACE MYSTERE EXTREME
VANILLE - 1 BTE 520 ML

DN 91 %



GLACE VIENNETTA BISCUIT
CARAMEL - 1 PIECE 650 ML

DN 90 %



BARRE GLACEE MARS
1 BTE 306 ML

DN 89 %



CREME GLACEE CARTE D'OR CAFE
1 BAC 1 L

DN 88 %



CREME GLACEE CARTE D'OR
VANILLE - 1 BAC 1 L

DN 87 %



BARRE GLACEE TWIX
1 BTE 255.6 ML

DN 86 %



BATONNET MAGNUM DOUBLE
CHOCOLAT - 1 BTE 440 ML

DN 84 %



CONE GLACE EXTREME CHOCO-
LAT NOUGATINE - 1 BTE 720 ML

DN 84 %



CREME GLACEE CARTE D'OR
RHUM RAISIN - 1 BAC 1 L

DN 84 %

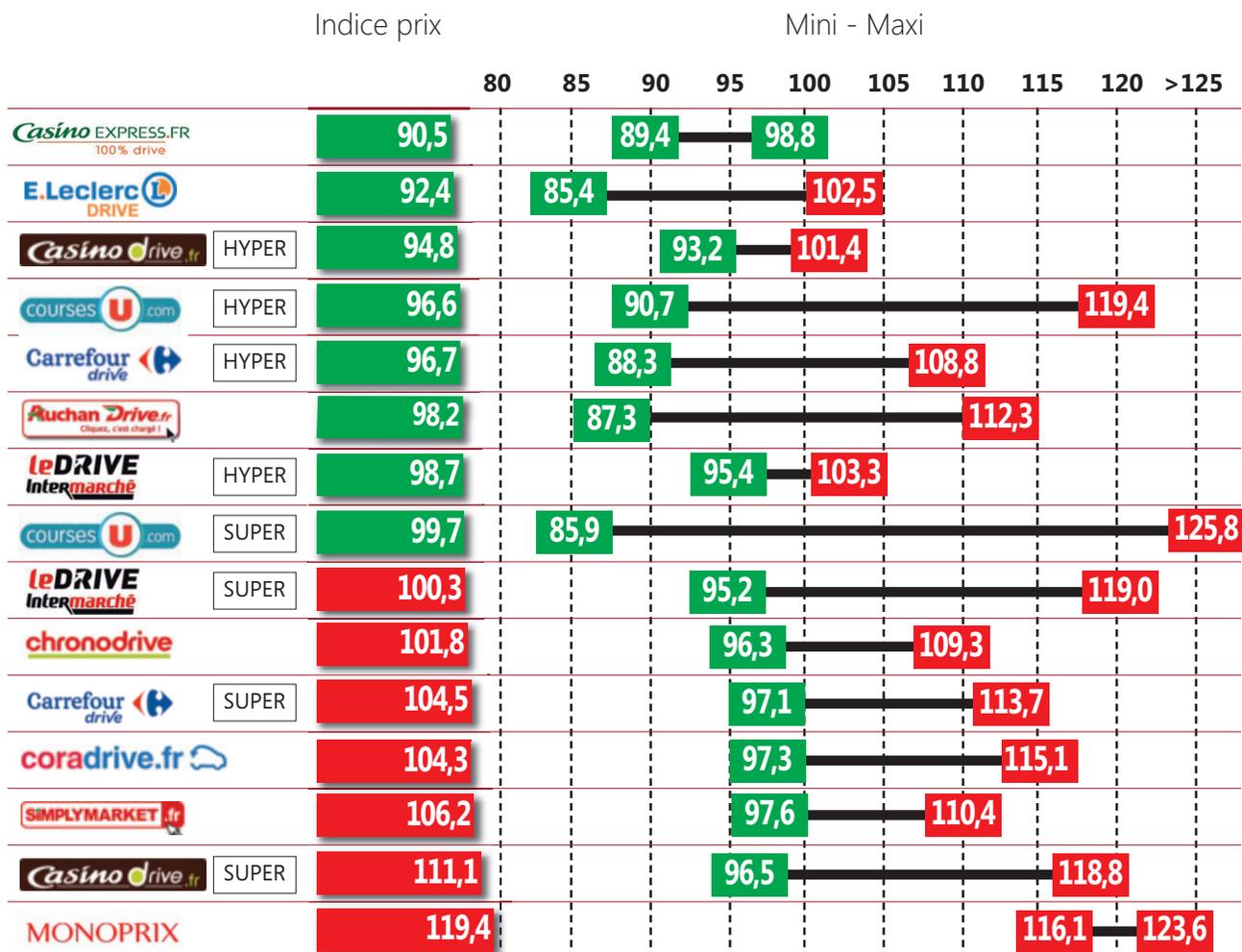
a3distrib
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

La catégorie



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



Indice 100 = moyenne tous sites drives



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

www.olivierdauvers.fr

Un site
riche en
partis pris



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

www.olivierdauvers.fr

**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*

Le shopping drive vu par nielsen



L'offre totale, par catégories et par types de marque

Les Ateliers du Drive

Mercredi 24 septembre 2014 - Paris
Hôtel Novotel - Vaugirard-Montparnasse


Une journée organisée par
LINEAIRES

En partenariat avec:   

Les temps forts de la journée:

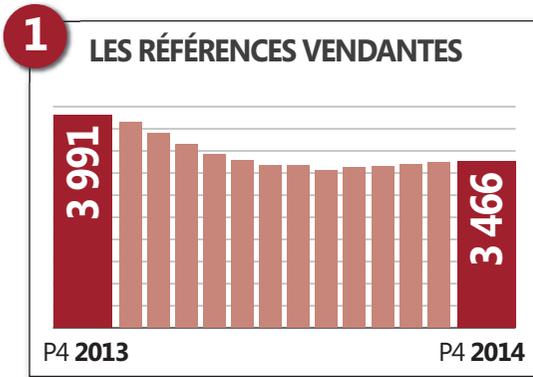
- Les dernières initiatives des enseignes
- L'évolution des modèles logistiques
- Prix: les drives se cherchent toujours
- Drive et supermarché: le mariage impossible?
- Shoppers abandonnistes ou accros: ce qui les motive vraiment
- Ces catégories de marché qui basculent du magasin vers le drive
- Data management, "buy now", comparateurs: les nouvelles techniques marchandes permises par le drive
- Personnalisation: tout (ou presque) reste à faire!
- Les drives dans le monde

Des témoignages d'enseignes, des bonnes pratiques en images, des solutions opérationnelles, des enquêtes inédites: ne ratez pas les Ateliers du Drive 2014!

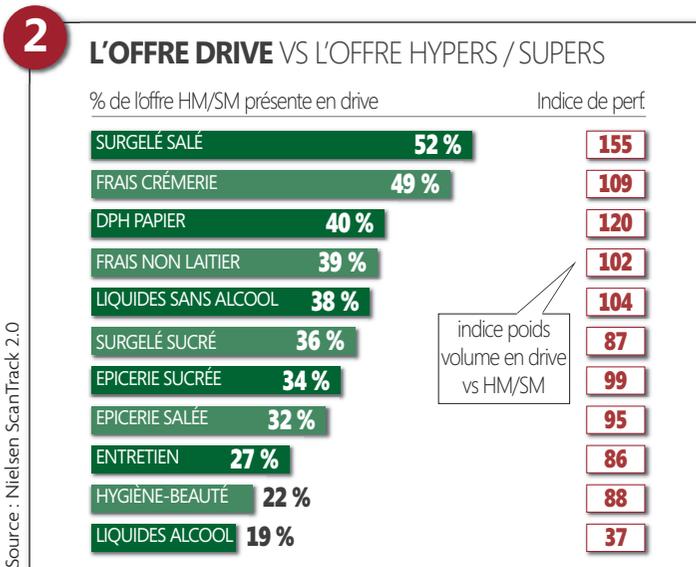

Données exclusives
DRIVE Insights 

Plus de renseignements sur
www.lineaires.com

L'offre drive vue par nielsen



Les "références vendantes" correspondent aux références qui sont réellement actives dans l'assortiment : au minimum une vente par semaine. Ce qui signifie donc que la moitié de l'assortiment d'un drive (en tous les cas pour le PGC / FLS) n'est pas active, illustrant le travail qu'il reste à accomplir dans la définition des politiques marchandises en drive !



C'est en surgelé salé que l'offre est proportionnellement la plus importante en drive. En effet, l'assortiment drive représente en moyenne 52 % de l'assortiment magasin. Cause ou conséquence, c'est également en surgelé salé que le drive est le plus performant vs le magasin avec un indice de 155.

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

L'Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2014



Renseignements : florence.taillefer@editionsdauvers.fr

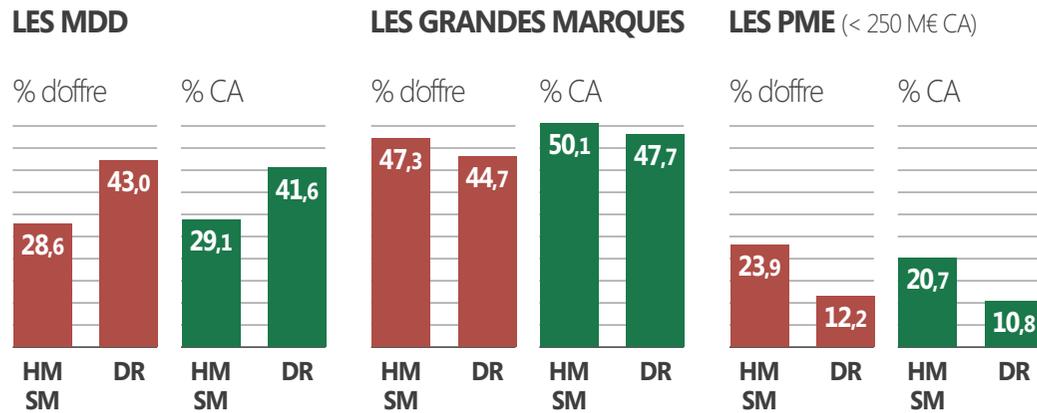
une publication

éditions DAUVERS

L'offre drive vue par nielsen

3

L'OFFRE DRIVE PAR TYPES DE MARQUE



Les MDD sont clairement sur-représentées en drive vs les hypers/supers. En moyenne, elles pèsent ainsi 43 % de l'offre PGC-Frais LS d'un drive vs moins de 30 % en points de vente. Mais, à la différence du off-line où les MDD parviennent à un niveau de vente supérieur à leur part d'offre, c'est l'inverse on-line. Logiquement, les marques sont pénalisées par la sur-exposition des MDD. Les "grandes marques" (correspondant ici aux 50 industriels les plus importants) voient leur part d'offre comme leur contribution au CA perdre environ 2 pts. Mais les principales "victimes" sont les PME. Leur exposition comme leurs performances sont divisées par deux.

INDISPENSABLE !

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

**l’Affiche et le Book
STORE CHART
FRANCE
édition 2014**



Indispensable pour tout connaître de la distribution alimentaire

- 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 2014

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



LE SHOP
GRANDE CONSO
La boutique en ligne des Editions Dauvers

Disponible sur
www.olivierdauvers.fr /rubrique Shop
ou par mail florence.taillefer@editionsdauvers.fr

Prix : 22 € TTC - Dégressif pour commande en nombre (à partir de 8 € / ex)

éditions
DAUVERS

L'éditeur-expert
Grande Conso

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





30 AVRIL 2014

The image shows three screenshots of retail websites. The top one is Leclerc's homepage with a banner for 'Pour le 1er mai, n'oubliez pas vos brins de muguet'. The middle one is Chronodrive's search results for 'muguet', showing 'Muguet Nantais 3 brins - 1,99 €'. The bottom one is Carrefour's search results for 'muguet', showing various products like 'Muguet vase 3 brins' for 2.50€ and 'Muguet vase 5 brins' for 3.50€.

» LE MUGUET NE FAIT PAS FLORÈS EN DRIVE

En cette veille de 1^{er} mai, la tentation était grande de voir si les drives sacrifiaient à la tradition du brin de muguet porte-bonheur. Tour d'horizon... Seul Leclerc l'évoquait clairement dès sa page d'accueil avec une bannière "pense-bête", «Pour le 1^{er} mai n'oubliez pas vos brins de muguet», renvoyant vers son offre. Pour les autres enseignes, il nous a fallu passer par la requête "muguet" dans la zone de recherche, le rayon fleurs n'étant pas particulièrement répandu en drive. Chez Chronodrive et Carrefour, des brins de muguet apparaissent en tête des résultats de recherche, suivis de produits d'entretien dont le parfum évoque les célèbres clochettes. Partout ailleurs, point de muguet à offrir.

The advertisement features a large, detailed 3D rendering of a human brain in the center, set against a dark background with light rays emanating from it. Above the brain, the text reads 'SAMOVIE ALVEY MASTERS IN INDUSTRIAL AUTOMATION'. Below the brain, the slogan 'nous adorons les casse-têtes' is written in a mix of red and white. At the bottom, the text 'Alvey Samovie, votre partenaire pour l'automatisation de votre Drive' is displayed in white on a red background. To the right, contact information for Alvey Samovie SAS is provided.

Alvey Samovie,
votre
partenaire
pour
l'automatisation
de votre Drive

Alvey Samovie sas
Z.I. Avois, lot.11
420 Avenue des Choisiens
13120 Gardanne - France
T +33 (0)4 42 60 60 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.fr

Tranches de vie commerciale



juillet 2014

59

MONOPRIX
17/06/2014

» SAISON OU ASSAISONNEMENT ?

• L'offre "huile, vinaigre et assaisonnement" de ce drive Monoprix ne manque pas de sel ! En effet, parmi les produits mis en avant sur la page d'entrée de ce rayon, un article a retenu notre attention, et pour cause : un sac de trois kilos de sel ! Il faut dire qu'il s'agit de "sel de déneigement" comme indiqué sur le packaging. L'implantation est-elle la plus appropriée ? Par ailleurs, la présence de ce produit en plein mois de juin est-elle des plus pertinentes ?



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

www.alvey.eu

Tranches de vie commerciale



juillet 2014

60



JUIN 2014

Inscrivez-vous gratuitement pour bénéficier d'avantages exclusifs pendant 9 mois !
 ▶ Je m'inscris à l'offre «9mois tout câlins»
 Pas encore inscrit sur hours.fr ? [Je me crée un compte](#)

Femmes enceintes & Jeunes mamans.

10% de réduction
 Bénéficiez de 10% de réduction immédiate sur tous les produits, de nos marques partenaires, identifiés par le label tétine bleue.

5% de réduction
 Bénéficiez de 5% de réduction immédiate pour l'achat de 3 produits au choix de la même marque, identifiés par le label tétine violette.

Pampers New Baby
 Couches T0 Micro 1 à 2,5 kg
 24 couches
 8,85 €
 0,37 € / pièce

Hipp
 Lait 2ème âge bio, 900g
 15,99€
 (10,29€ / kg)
 Acheter

Composition **Notre avis** **Fiche technique**

Lait acroémié*, lactose*, huiles végétales* (huile de palme*, huile de tournesol*, huile de colza*), petit lait doux* en poudre partiellement déminéralisé, minéraux (carbonate de calcium, citrate de potassium, lactate de fer, oxyde de zinc, sulfate de manganèse, iodate de potassium), sélectine de sodium, simulant*, Isoglucose de soja, vitamines (vitamine C, vitamine E, niacine, acide pantothénique, vitamine A, vitamine B1, vitamine B6, vitamine B12, acide folique, vitamine K, biotine, vitamine D, vitamine B12), L-tyrosine.
 *Produits issus de l'agriculture biologique

>> HOURA DRIVE CHOUCHOUTE LES JEUNES MAMANS

Sur les traces d'Amazon, certaines enseignes de drive s'essayer au principe de l'abonnement. Pour les produits routiniers, comme le baby food, les couches, les eaux en bouteille ou la lessive, nul doute que ce mode de commercialisation s'imposera tôt ou tard à tout le circuit drive. En partenariat avec Pampers, Chronodrive propose depuis quelque temps déjà son "Offre Fidélité Bébé" : l'achat de certaines références offrant 10 % de réduction sur le prochain achat. Houra - mais aussi Houra Drive - dispose d'une offre "9 mois tout câlins" à destination des femmes enceintes et jeunes mamans. Les "abonnées" peuvent ainsi bénéficier d'offres de réduction immédiate de deux types : 10 % sur tous les produits des marques Pampers, Nivea Baby et Le Chat Bébé, mais aussi 5 % pour l'achat de 3 produits signés Hipp, Blédina ou Evian.

SAMOVIE
ALVEY
 MASTERS IN INDUSTRIAL AUTOMATION

nous adorons les casse-têtes

Alvey Samovie,
 votre
 partenaire
 pour
 l'automatisation
 de votre Drive

Alvey-Samovie sas
 Z / Aeon, lot 11
 420 Avenue des Choissiens
 13120 Gardanne - France
 T +33 (0)4 42 60 60 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.fr

Tranches de vie commerciale



Juillet 2014

61



JUIN 2014

The screenshot displays the Houra website's navigation and product categories. At the top left, there's a 'Marché Provençal' section with an illustration of a market stall. Below it, a 'Sans Gluten' section features a banner for 'Association Française Des Intolérants Au Gluten' (AFDIAG) and various gluten-free product images. To the right, a 'Casher' section lists categories: Produits Frais, Surgelés, Epicerie, and Boissons, each with representative product images. Below the 'Casher' section is a 'Monde' section with a world map highlighting regions like Amérique du Nord, Espagne, Portugal, Royaume-Uni, Italie, Les îles, Afrique Magreb, and Asie, along with 'Commerce-Équitable' products.

» HOURA SOIGNE LA DEVANTURE DE SES BOUTIQUES

Sur la page d'accueil du site Houra (et Houra Drive) 23 boutiques sont mises en avant. Parmi celles-ci, 14 représentent les univers/rayons classiques d'un cybermarché et les 9 autres se révèlent des boutiques "thématiques". Si nouveautés, promotions, produits régionaux ou encore bio & nature se retrouvent sur bien des sites, Houra se distingue avec une sélection consacrée au casher ou encore une autre au sans gluten. Enfin, parallèlement à la clé d'entrée sur les régions, orientant vers une sélection de spécialités françaises classées par zone géographique, il faut noter l'espace consacré aux seuls produits provençaux (Houra Drive est opéré depuis l'entrepôt de Marignane) et celui dédié aux spécialités du Monde. Originalité de ces deux boutiques : elles ont leur propre page d'accueil. Une carte du Monde dirige les internautes vers les produits de différents pays. Pour les produits provençaux, en toute cohérence avec l'intitulé "Marché Provençal", l'illustration d'une place de marché très "couleur locale" permet d'accéder aux différentes catégories (confiserie, vins, confitures, plats cuisinés...) ou aux principales marques (Marius Bernard, Confiserie du Roy René...).



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

www.alvey.eu

MAI 2014

» SE FAIRE LIVRER SES COURSES DRIVE ?

Ce qui fait le succès du drive, au détriment de la livraison à domicile, ce sont indéniablement l'absence de frais supplémentaires d'acheminement et une plus grande souplesse au niveau des créneaux de mise à disposition. Aussi l'idée d'un service se proposant de livrer les courses faites sur les sites drives est-elle vraiment une bonne idée ? On peut en douter... Celle-ci a pourtant germé dans l'esprit d'un jeune entrepreneur marnais qui a lancé son entreprise Adom Drive début 2012. Le principe : livrer à domicile les commandes faites auprès d'une sélection de drives locaux (Leclerc, Cora, Auchan) pour un coût à partir de 8,90 €. Visiblement l'expérience a fait long feu puisque le site de l'entreprise affiche depuis quelques mois « Service temporairement fermé - Nous vous tiendrons informés de sa réouverture prochaine ». Rien de très étonnant !

VIENT DE PARAÎTRE

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

L'Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2014

Renseignements : florence.taillefer@editionsdauvers.fr

une publication **éditions DAUVERS**

PARC, ENSEIGNES, POLITIQUES
MARCHANDISES, PRIX...

L'ÉTUDE DE RÉFÉRENCE



TOUS LES MOIS
[juillet-août couplés]

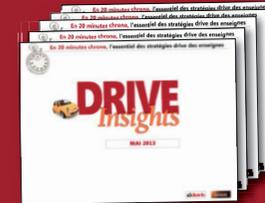
powered by



Renseignements : florence.taillefer@editionsdauvers.fr

TARIFS 2014

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

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