

Les dossiers

GRANDE CONSO

Le magasin Lidl
version **XXL**



Lidl Rousset (13)

[MAI 2015]



Un véritable parking de supermarché.
Ce Lidl de 1 600 m² dispose d'un parking de plus de 200 places dont quelques places "familles nombreuses", des emplacements motos et un parking à vélos au dos de l'abri à chariots.





Une entrée "monumentale" en comparaison aux habituels sas d'entrée et de sortie qui caractérisent le point de vente historique de l'enseigne.



Fleurs & Plantes. L'assortiment "fleurs et plantes" bénéficie de trois emplacements dont un davantage consacré aux pots, situés dès l'entrée de la surface de vente.

Cuit pour vous toute la journée

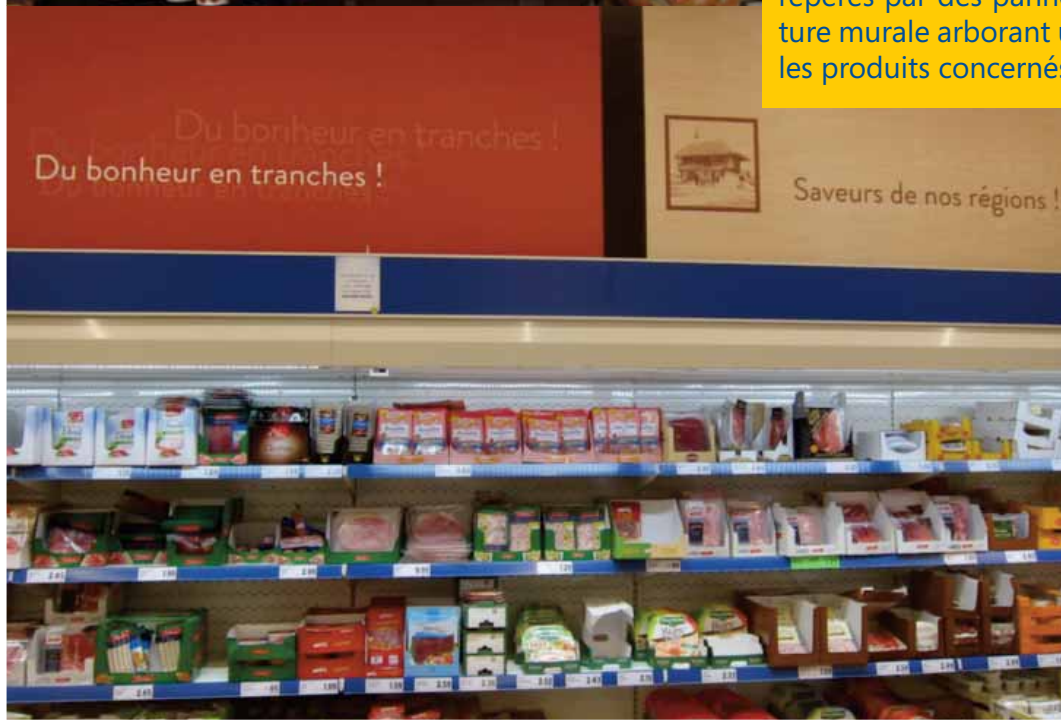
Croustillant et accueillant ! Incontournable du nouveau concept de l'enseigne, le rayon pains et viennoiseries se déploie sur 11 éléments de vitrines plus un élément pour la machine à découper (contre 8+1 dans les magasins de petite surface).



Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Signalétique. Conformément au nouveau concept de l'enseigne tous les univers sont repérés par des panneaux colorés en ceinture murale arborant une phrase suggérant les produits concernés.



De la douceur... et du croquant !

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



Chaque article prend toutes ses aises !
Espace aidant, les références bénéficient d'un nombre de facings sensiblement supérieur à ce que propose habituellement Lidl.





Un îlot fruits et légumes très étiré. A noter que toutes les références sont présentées à plat là où un Lidl classique disposera d'un mobilier avec deux voire trois niveaux (cf. photo ci-dessus).

Parce que
VOTRE TEMPS
est **PRÉCIEUX**

Une fois par mois



20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO/CONSO

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

RETAIL FRANCE

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

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes
européennes et mondiales.



Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

olivier@olivierdauvers.fr

éditions
DAUVERS





Moins d'étagères. En produits frais et ultra-frais, les mobiliers comportent 4 niveaux d'étagères contre 5 habituellement (cf. photo ci-contre).



Faites le plein de calcium!

Sauveurs et plaisir!

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

2.25

1.55

2.20

1.20

1.80

1.40

1.30

1.20

1.10

1.00

0.90

0.80

0.70

0.60

0.50

0.40

0.30

0.20

0.10

NOTRE
SÉLECTION
DE PRODUITS
Halal



Halal



-65



-99



2.29



1.69



Lait Normande



1.55



Tagliatelles

Tagliatelles

Taglia



Une offre moins tassée. À Rousset, nul besoin de disposer d'étagères au-dessus des bacs frais du rayon viandes ou ceux du rayon surgelés.



Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Lidl à l'heure du cross-merchandising. Des sauces sont ainsi proposées au rayon viandes de même que des bouteilles de vins issues de précédents arrivages. La présence de vin avec les glaces est en revanche moins pertinente !



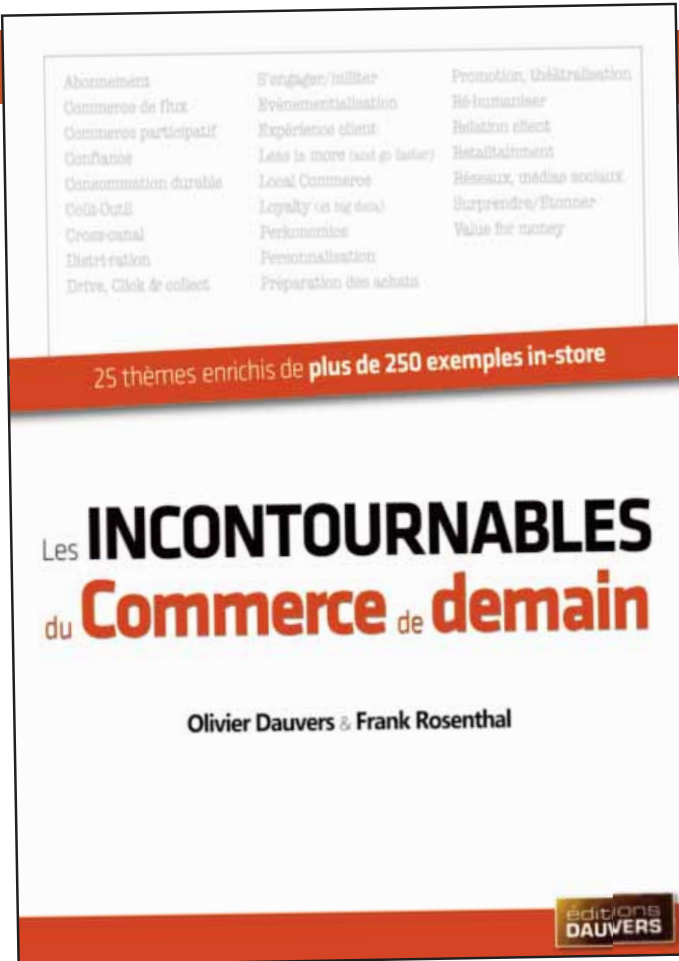


Souci du détail. Les bâches des portes des réserves sont décorées, de même que les coffrets métalliques renfermant les instincteurs.

Parution le 1^{er} juin

éditions
DAUVERS

Les **25 INCONTOURNABLES**



Identifier les incontournables du commerce de demain... Par principe, l'exercice est périlleux. Pour autant, le contexte dans lequel les commerçants auront à exercer demain est finalement assez aisé à décrire : exactement l'inverse de ce qu'ils ont connu depuis 30 ou 40 ans ! Au développement continu de la consommation a succédé en effet une phase de flatitude durable. Pas nécessairement une croissance zéro, mais notablement plus faible que dans les décennies précédentes. En parallèle, l'offre commerciale ne cesse de se développer, tant off-line qu'on-line.

Imaginer le commerce de demain peut se résumer en une question : **QUE METTRE EN ŒUVRE POUR ÊTRE PRÉFÉRÉ ? Quels sont les thèmes incontournables qu'il est nécessaire d'investiguer ?** Nous en avons retenu 25 qui s'articulent en quatre ambitions : assurer ses fondamentaux, intégrer la révolution digitale, créer la différence et anticiper sur les filons de demain. Ces quatre ambitions étant, dans notre vision, le préalable à toute préférence.

Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

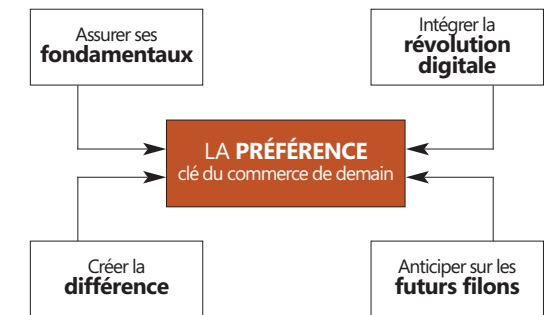
Un **GUIDE FACILE À UTILISER**

Pour chaque thème, une approche théorique (Ce que c'est ? Pourquoi c'est important ? Quels défis ? etc.) **et des exemples** pour alimenter votre propre réflexion.



Confiance
Coût-Outil
Expérience client
Loyalty (et big data)
Promotion, théâtralisation
Value for money

Commerce participatif
Cross-canal
Drive, Click & collect
Préparation des achats
Réseaux, médias sociaux



S'engager/militer
Perkonomics
Personnalisation
Relation client
Événementialisation
Retailtainment
Surprendre/Etonner

Abonnement
Commerce de flux
Consommation et développement durable
Distri-ration
Less is more (and go faster)
Local commerce
Réhumaniser

308 pages, 32 €


Disponible sur
www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

Plus d'infos / Dégressifs pour commande en nombre :
romain.molay@editionsdauvers.fr



Arrivages. La multiplication des bacs de fouille devrait assurer un certain niveau de confort aux clients les jours d'arrivages.



Vu à la télé. Pas moins de huit bacs sont consacrés à l'offre star du moment : le blender disponible en différents coloris.



Cave. Le rayon vins s'étend sur deux gondoles face à face. L'espace "vins fins", réparti des deux côtés de l'allée, compte 48 casiers inclinés (contre à peine 12 pour un petit magasin, cf. photo ci-contre) auxquels s'ajoutent des caisses bois sur la tablette inférieure.





Cave. Deux têtes de gondole équipées d'un mobilier bois marquent l'entrée de l'espace vins. L'une des deux est consacrée aux queues de promo que Lidl écoulent avec une stratégie de prix ronds signalés via des pastilles de couleur (cf. zoom ci-contre).





Passage en caisse. Outre le nombre de caisses (8 au total), la ligne de caisses ne diffère en rien de ce que propose habituellement Lidl, toujours les mêmes tapis long avant la caisse et riquiquis ensuite !

éditions
DAUVERS

Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle
L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

w w w . o l i v i e r d a u v e r s . f r