

**L'actu
drive**

p. 3

**Datas
drive**

p. 9

**World Wide
Drive**

p. 14

Benchmarks

p. 19

- Le drive en mode "privé".....p.3
- Le nouveau site Chronodrive.....p.4
- Test : les casiers d'Intermarché.....p.5
- Bientôt un nouveau drive solo pour les Mousquetaires.....p.7



La ville

Tarbes (65)

p. 24

La catégorie

Shampoings

p.29

**Les tranches de vie
commerciale**

p. 36



Une publication



d'après des données



Réservez votre place pour

Les Ateliers du Drive

Mercredi 23 septembre 2015 – Paris

Hôtel Novotel – Vaugirard-Montparnasse

Désireux de suivre l'actualité du drive ?

Les derniers développements
du format, ses nouveaux enjeux ?

Rendez-vous aux Ateliers du drive 2015,
le rendez-vous annuel incontournable
du circuit !

En partenariat
avec :



Texabril

Au programme de la journée :

- Les clients du drive : qui sont-ils ? que pensent-ils ?
- Les leviers d'amélioration de la relation client
- Les marques et la promo en drive
- Frais trad, produits régionaux, services : ces drives qui développent leur offre

Bloquez dès à présent la date du **23 septembre 2015**
dans votre agenda.

Contactez-nous pour recevoir en avant-première
le programme de la journée (en cours d'élaboration).

N'hésitez pas à réserver dès à présent votre place,
pour être sûr de ne pas rater cette journée
(à guichets fermés chaque année).

Contact : ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr

Téléphone : **02 99 32 21 21**



Plus de renseignements sur

www.lineaires.com



Un évènement organisé par
LINEAIRES
éditions DUBOIS BAUDRY
DAUVERS

BULLETIN D'INSCRIPTION

Je participe à la journée "Les Ateliers du Drive" qui se tiendra le 23 septembre 2015 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 Email

Troisième personne de la même société

Nom Prénom
Fonction Email

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 pauses, le déjeuner et les textes des interventions disponibles. Il doit être réglé 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 préavis de 7 jours le cas échéant, les frais d'inscription. Si les conditions 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 conception sera envoyée aux inscrits, représentant le lieu exact de la journée et le programme.

REMISES COMMERCIALES

Sur inscription multiples au sein même de la société.
1^{er} inscrit : plein tarif. Inscrits supplémentaires : -16 %

CONDITIONS D'ANNULATION

Les participants peuvent se faire rembourser. 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 plus 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 », vous disposez d'un droit d'accès et de rectification. Sauf refus express et écrit nominatif, les données informatiques pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés.

Date, Signature et Cachet de l'entreprise

L'actu drive

> LE SAVIEZ-VOUS ?

Au 1^{er} juin, selon l'étude Drive Insights, les trois produits les plus diffusés en drive étaient les céréales Cookie Crisp de Nestlé, la Ricoré (encore Nestlé) et le Viandox de Knorr. Les trois seuls produits dont la DN dépasse 95 %, ce qui signifie qu'ils sont présents dans plus de 95 % des drives de France.



DN **97%**



DN **96%**



DN **96%**

> LE DRIVE EN MODE "PRIVÉ"

A quelques jours d'intervalle deux initiatives, l'une française, l'autre belge, consacraient la naissance d'un nouveau type de drive : le drive "privé". Il s'agit d'implanter un point de retrait sur le parking d'une entreprise d'une certaine ampleur. La Cité de l'Innovation d'Alcatel Lucent (Nozay, 91) accueille ainsi la première unité privée d'AuchanDrive. Les 5 000 salariés peuvent y retirer leurs courses aux horaires de sortie des bureaux : 16 h-19 h 30 tous les jours et 12 h-13 h 30 le vendredi. Parallèlement, Carrefour Belgium a ouvert son premier "afterwork pick-up point" sur le parking de la RTBF/VRT, radio-télévision publique, où travaillent 3 000 employés. Le créneau de retrait s'étend de 15h30 à 20 h.

SERVICE RÉSERVÉ AUX OCCUPANTS DE LA CITÉ DE L'INNOVATION

Horaires de retrait de commande
 - Du lundi au jeudi de 16h à 19h30
 - Le vendredi de 12h à 13h30 et de 16h à 19h30

Pour un retrait de commande le jour même, ma commande doit être validée avant 12h30 du lundi au jeudi et avant 9h le vendredi.

JE PASSE MA COMMANDE ! >

Carrefour BE news @Carrefour_belges - 1 juin

Vendredi, le 1^{er} Drive privé ouvert par @Carrefour à la RTBF/VRT a fait le plein de clients corporate.carrefour.eu/Presse_Detail.c...

> TABLEAU DE BORD

• LE PARC DRIVE

3481 sites
+ 26 en 1 mois

• L'OFFRE MOYENNE

10316 réf.
- 176 réf. en 1 mois

• POIDS DES MDD

32,8 % de l'offre

Source : **DRIVE Insights**

Juin 2015

Depuis le début de l'année, plus de 150 nouveaux sites sont venus compléter le parc drives. Le cap des 3 500 unités devrait être franchi au mois de juin. Côté assortiment, la tendance est à la réduction (relative) de l'offre. Les arbitrages des enseignes ont été plutôt favorables aux MDD.

Texabri

VOTRE AUVENT DRIVE
Livré et installé !

- Une solution économique
- Assure confort et protection
- Valorise votre espace drive
- Entièrement personnalisable

ETUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

Par téléphone
04 74 78 03 87

Par internet
www.texabri.com

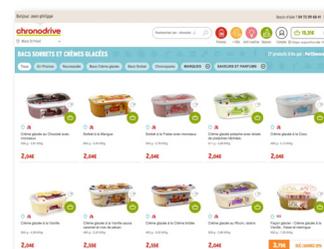
L'actu drive

> L'INTERFACE CHRONODRIVE FAIT PEAU NEUVE

Comme annoncé en début d'année, Chronodrive a planché sur sa nouvelle interface web. Ce faisant, le pure player qui disposait déjà d'un site plutôt bien fait en comparaison de certains de ses concurrents, devrait franchement se distinguer. Pour l'heure, cette nouvelle version est visible uniquement pour l'unité de Mions St-Priest (69). Avant un test complet dans le prochain Mag Drive à paraître en septembre prochain, voici 3 points clés qui ont particulièrement retenu notre attention.



1 Davantage de produits apparaissent à l'écran. Chronodrive a en effet abandonné son implantation des rayons sur une seule colonne pour en afficher jusqu'à 5. Là où auparavant seules 3 références étaient visibles, maintenant 10 s'affichent.



2 Comme pour les playlists musicales, un simple clic sur l'étoile apposée près de chaque référence permet de l'ajouter à sa liste de favoris. Idem pour les recettes.



3 La lisibilité de l'interface et de ses différentes fonctionnalités est indéniable. La navigation s'organise autour de 4 symboles/couleurs. Le rouge pour les promotions. Le jaune pour le panier express et les favoris. Le rose pour les idées recettes et les nouveautés. Et le vert pour les rayons.



Texabri

20 ANS D'EXPERTISE
PLUS DE 5 000 RÉALISATIONS

ETUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

☎

Par téléphone
04 74 78 03 87

💻

Par internet
www.texabri.com

L'actu drive

> INTERMARCHÉ : LE RETRAIT AU DRIVE 24/24 GRÂCE AUX CASIERS

Les Mousquetaires s'initient aux casiers de retrait automatique au magasin de Libourne (33) et dans une station-service à Guillestre (05). MAG DRIVE a testé la version accolée au point de vente. Les casiers se trouvent dans un local d'un vingtaine de mètres carrés, accessible 24/24 depuis l'extérieur grâce au numéro de commande. A l'intérieur, 34 casiers : 26 en froid positif (2-4° C) pour le sec et le frais et huit à -18° C pour les surgelés. Les casiers ne sont pas réfrigérés individuellement mais placés dans un bloc, lui-même réfrigéré. Les casiers secs et frais sont de grande taille : 50x50 cm et 70 cm de profondeur (bien au-dessus de ce que proposait feu Dia avec Diadiscout, cf. test dans Mag Drive n°4). Concrètement les 35 litres d'eau commandés n'ont pas suffi à "saturer" un casier (mais ont quand même coûté 3 € de "forfait liquides" pour dépassement des quantités autorisées !). Davantage tourné vers le non-al – dont le rapport volume/prix est plus avantageux que pour l'alimentaire dès lors qu'il s'agit d'amortir le matériel ! – le principe du casier bénéficie à Libourne d'un environnement plutôt favorable. En effet, la ville compte deux structures hospitalières avec, au total, 400 salariés en horaires décalés pour lesquels récupérer sa commande hors horaires d'ouverture du drive est un réel service. Ce contexte permet, pour l'heure, au magasin Intermarché d'afficher un record de 24 commandes en casiers sur une journée (vs les 300 à 400 commandes hebdo du drive).



VOTRE AUVENT DRIVE

Livré et installé !

Une solution économique

Assure confort et protection

Valorise votre espace drive

Entièrement personnalisable

ÉTUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

Par téléphone
04 74 78 03 87

Par internet
www.texabri.com

L'actu drive

> RENNES ROUTE DE LORIENT : QUAND UN FORT TRAFIC NE FAIT PAS LE SUCCÈS

Intéressant cas d'école à Rennes depuis l'an dernier. A quelques semaines d'intervalle, Carrefour et Leclerc ont chacun inauguré un drive-entrepôt sur l'axe le plus passant de l'agglomération : la sortie de Rennes en direction de Lorient, qui voit défiler 33 000 véhicules jour. Autant dire que Leclerc et Carrefour nourrissaient de grands espoirs pour leurs deux implantations...

Un an plus tard, point de succès au rendez-vous. Carrefour va fermer son site dans le courant de l'été (la date de l'inventaire est déjà fixée !). Leclerc, de son côté, devrait déporter la préparation des commandes sur un second drive de l'agglomération.

Qu'en conclure ? Incontestablement que la "quantité" de trafic n'est rien pour déterminer le potentiel d'un flux, sans intégrer la "qualité" des accès. Et ici, précisément, le trafic dense, notamment aux horaires habituels des pics de retrait de commande, affecte la "qualité" des flux.

Ce que ni Carrefour ni Leclerc ne voulaient voir à l'heure d'ouvrir leur drive ! A méditer désormais...



Texabri®

20 ANS D'EXPERTISE
PLUS DE 5 000 RÉALISATIONS

ÉTUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

Par téléphone
04 74 78 03 87

Par internet
www.texabri.com

L'actu drive



> INTERMARCHÉ : BIENTÔT UN NOUVEAU DRIVE SOLO

Le bâtiment est construit depuis déjà plusieurs mois mais ne sera pas exploité avant l'automne... Bienvenue à Villejust (91) où Intermarché exploitera donc un nouveau drive solo. Une nouvelle tentative après Nemours (qui n'était qu'un drive provisoire le temps de l'extension de l'hyper auquel il était rattaché) et Nîmes, fermé quelques mois après son inauguration faute de trafic. Depuis, Intermarché, via la région Nord, a ouvert un solo à Villeuneuve d'Ascq, à deux pas du siège de Bonduelle.



#7

Les Ateliers du Drive
Mercredi 23 septembre 2015 - Paris
Hôtel Novotel - Vaugirard-Montparnasse

Un évènement organisé par
LINEAIRES éditions DAUVERS

En partenariat avec: **acrelec** **Texabri**

Au programme de la journée :

- Les clients du drive : qui sont-ils ? que pensent-ils ?
- Les leviers d'amélioration de la relation client
- Les marques et la promo en drive
- Frais trad, produits régionaux, services : ces drives qui développent leur offre

Bloquez dès à présent la date du **23 septembre 2015** dans votre agenda.

Contactez-nous pour recevoir en avant-première le programme de la journée (en cours d'élaboration).
N'hésitez pas à réserver dès à présent votre place, pour être sûr de ne pas rater cette journée (à guichets fermés chaque année).

Contact: ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr
Téléphone: 02 99 32 21 21

Données exclusives
DRIVE Insights **IRI**

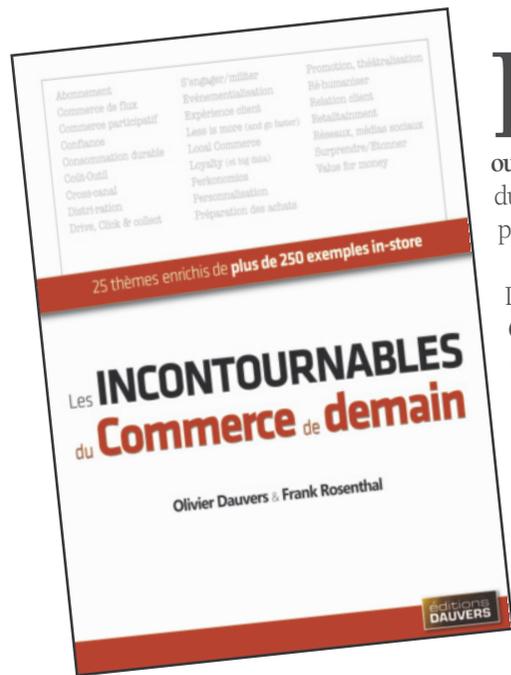
Plus de renseignements sur
www.lineaires.com

VIENT DE PARAÎTRE

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 fils 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.



Les 25 INCONTOURNABLES

Confiance

Coût-Outil

Expérience client

Loyalty (et big data)

Promotion, théâtralisation

Value for money

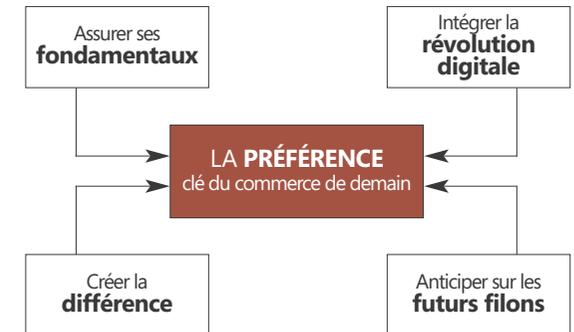
Commerce participatif

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

Disponible sur www.olivierdauvers.fr (rubrique Boutique, 308 pages, 32 €)

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

Datas Drive



> LE CA DRIVE SELON NIELSEN.....	10
> PANORAMA : LE DRIVE INTERMARCHÉ.....	11
> LE DRIVE SHOPPER PAR NIELSEN.....	12



Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

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



Bito Systèmes
Tél. 01 72 84 90 20
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

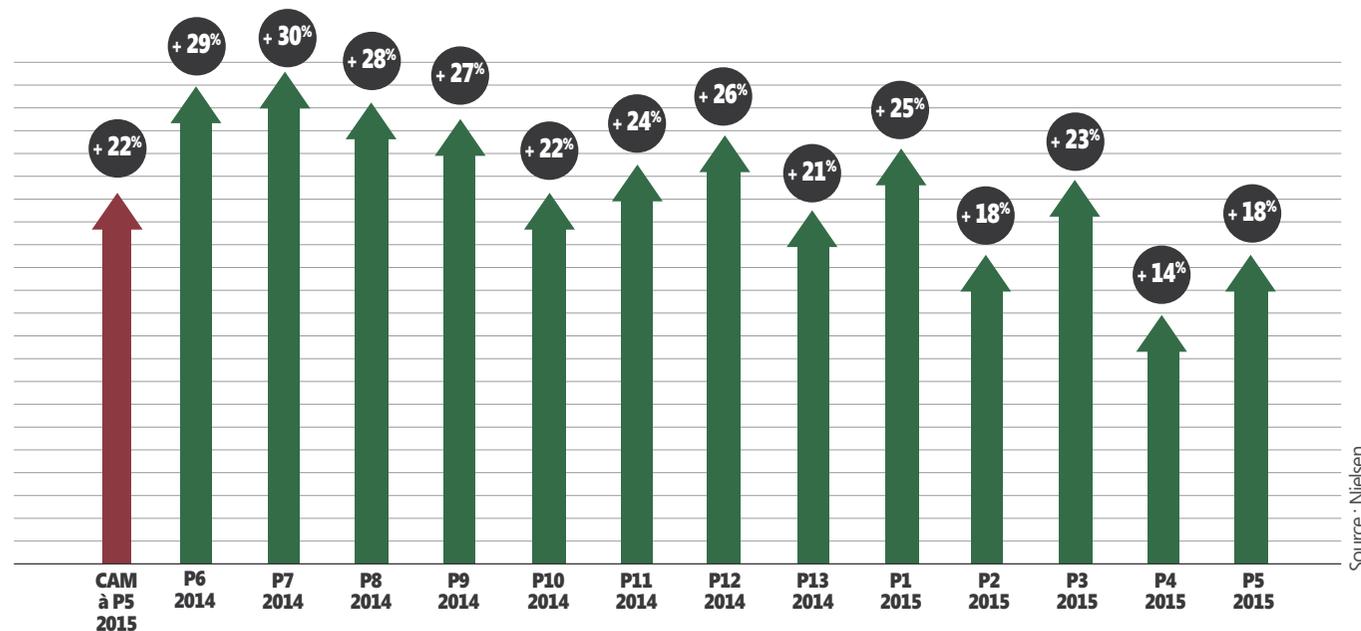
BITO
...ou comment stockez vous ?

Datas drive

> LE DRIVE PROGRESSE TOUJOURS... MAIS MOINS !

Signe de début de maturité d'un circuit, période après période, Nielsen enregistre un certain fléchissement de la dynamique du drive. La tendance demeure toutefois largement positive avec une progression de 18 % à P5 2015 vs la même période un an plus tôt.

• Évolutions du chiffre d'affaires en CAM et par période (vs même période 1 an plus tôt)



Source : Nielsen

> Sur la période P5 arrêtée au 17 mai dernier et sur le périmètre d'étude de Nielsen limité à seulement 5 enseignes (Auchan Drive, Carrefour Drive, Cora Drive, Leclerc Drive et Monoprix), le circuit drive affiche un chiffre d'affaires en phase avec les quatre précédentes périodes de l'année : 247 millions d'euros. En valeur relative, en comparaison à la même période en 2014, la progression s'élève à + 18 %.

> La performance est remarquable, particulièrement sur une période où les ventes totales de PGC/FLS (en HM/SM/HD/Drive) affichent seulement +1,3 %. **Pour autant, le niveau de croissance des drives marque un certain ralentissement. Les quatre dernières mesures, comprises entre + 14 % et + 23 %, sont loin des performances enregistrées un an plus tôt (entre + 36 % et + 42 %).**



AUGMENTEZ
VOTRE
PRODUCTIVITÉ,
DIMINUEZ VOS
COÛTS !

Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

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



Bito Systèmes
Tél. 01 72 84 90 20
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

BITO

...ou comment stockez vous ?

Datas drive

> PANORAMA : LE DRIVE INTERMARCHÉ

Ces derniers mois, le groupement des Mousquetaires a franchi le cap des 1 000 drives. Ce faisant, près de 30 % des drives français sont aux couleurs d'Intermarché. Pour impressionnante soit-elle, cette "armada" pèse à peine 6,4 % du marché drive en 2014 avec un CA de 277 M€. Il faut dire que les Mousquetaires ont fait le choix du picking en magasin, un modèle économique certes peu gourmand en capitaux, mais également moins performant que le drive entrepôt.

• Chiffres clés

1 017 drives
des magasins ont un drive

53%

11 332 réf. proposées en moyenne

346 K€ de CA/site en moyenne

68 commandes hebdomadaires en moyenne

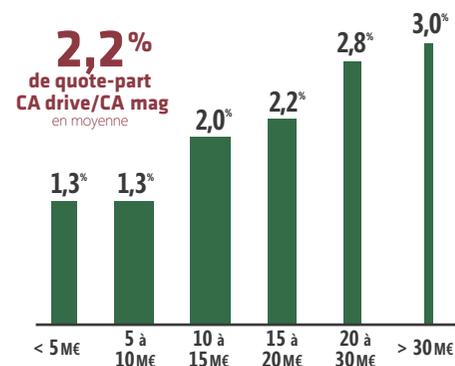
97 € de panier moyen

• Détail par format de magasins

Formats	Nombre de drives	Assortiment moyen	CA moyen par drive	Nombre de commandes hebdo. en moyenne	Panier moyen	Quote-part drive vs. CA mag. en moyenne
Intermarché Super "généraliste"	805	11 581	371 K€	74	97 €	2,0 %
			288 K€	57	97 €	1,8 %
Intermarché Super "alimentaire"	71	15 055	896 K€	177	97 €	2,9 %
Intermarché Hyper	116	7 701	44 K€	9	90 €	0,9 %
Intermarché Contact	25	9 582	279 K€	43	125 €	3,2 %
Intermarché Express						



• Nette corrélation entre CA magasin et quote-part drive



Largeur des histogrammes proportionnelle au nombre de magasins par tranche de CA

Source : Editions Dauvers (données magasins 2014), Drive Insights (données au 1^{er} juin 2015)



AUGMENTEZ VOTRE PRODUCTIVITÉ, DIMINUEZ VOS COÛTS !

Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

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



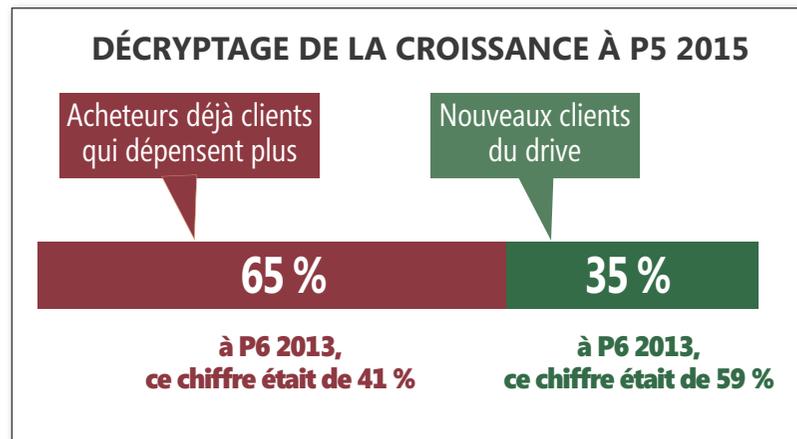
Bito Systèmes
Tél. 01 72 84 90 20
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

BITO
...ou comment stockez vous ?

Datas drive

> LE DRIVE SHOPPER PAR nielsen

• Si le drive continue de recruter de nouveaux adeptes, l'essentiel de la croissance se fait désormais sur la fidélisation des clients historiques, les "réguliers".



• Les drive shoppers "réguliers" effectuent 27 % de leurs dépenses en drive, soit 3,4 points de plus qu'il y a 1 an. **Le circuit hypermarché est le plus impacté par la situation.**



Source : Homescan Nielsen - CAM P5 2015

#12

Equipement d'entrepôts pour Drive-Markets

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

Bito Systèmes
Tél. 01 72 84 90 20
Internet : fr.bito.com
e-mail : info@bito.fr

BITO
...ou comment stockez vous ?

EDITION 2015

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

l’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2015



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'œil.
- 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 2015

- 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

éditions
DAUVERS

L'éditeur-expert
Grande Conso

World Wide Drive

> **UBER ET DRIVE : UN PARTENARIAT "GAGNANT GAGNANT"....17**

> **CORADRIVE EN ROUMANIE....16**



> **FOCUS : LE PORTUGAL SE MET AU DRIVE....15**

Les Ateliers du Drive
Mercredi 23 septembre 2015 – Paris
Hôtel Novotel – Vaugirard-Montparnasse

En partenariat avec:

Au programme de la journée:

- Les clients du drive : qui sont-ils ? que pensent-ils ?
- Les leviers d'amélioration de la relation client
- Les marques et la promo en drive
- Frais trad, produits régionaux, services : ces drives qui développent leur offre

Bloquez dès à présent la date du 23 septembre 2015 dans votre agenda.

Contactez-nous pour recevoir en avant-première le programme de la journée (en cours d'élaboration).

N'hésitez pas à réserver dès à présent votre place, pour être sûr de ne pas rater cette journée (à guichets fermés chaque année).

Contact: ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr
Téléphone: 02 99 32 21 21

Plus de renseignements sur www.lineaires.com

World Wide Drive

> FOCUS : LE PORTUGAL SE MET AU DRIVE



Enseigne du groupe Auchan, Jumbo propose un service drive dans 16 de ses hypermarchés.

Fort de 297 magasins au Portugal (toutes enseignes confondues), le groupement des Mousquetaires vient d'ouvrir ses premiers drives. Pour l'heure, trois sites. Le logo de l'enseigne ainsi que l'interface web sont identiques à ceux qu'Intermarché utilise en France.

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

World Wide Drive

> CORADRIVE EN ROUMANIE



coradrive.ro Cum Comand Contact Intrebări frecvente Feedback

Bine ai venit la coradrive

Înregistrare Autentificare

Căutare

Program Ridicări

HiperOferte Picnic BIO Proaspete Bacanie Băuturi Frumusetे Casa Copii Petshop Tabac

-20%
Tichet cora

la produsele Rarăul
selecționate până pe 16 iunie

COMANDĂ ACUM

Oferta este valabilă pentru posesorii de card cora și nu se aplică la pachetele promoționale.

Coșul meu
Coșul dumneavoastră de
cumpărături este gol.

LANSARE COMANDĂ

Call Center
coradrive.ro
0374125597
L-S 10:00-20:30

HiperOferte de preț

<p>Cora rucola 125g Rucola</p> <p>1 27,12 lei/kg</p> <p>4,83 3,39 lei / buc</p> <p>ADAUGA IN COS</p>	<p>Raddichio rosso</p> <p>1</p> <p>6,41 4,79 lei / buc</p> <p>ADAUGA IN COS</p>	<p>Pepene Verde</p> <p>7,000kg</p> <p>3,69 2,69 lei / kg</p> <p>ADAUGA IN COS</p>	<p>Struguri negri Struguri negri proaspeti la</p> <p>1,000 kg</p> <p>17,5 15,1 lei / kg</p> <p>ADAUGA IN COS</p>
--	---	---	--

Auchan, Intermarché, mais aussi Carrefour et Leclerc ne sont pas les seules enseignes françaises à porter la bonne parole drive hors de nos frontières. En Roumanie, Cora vient d'ouvrir un drive dans son hypermarché de Lujerului, l'un des 12 que le groupe Louis Delhaize détient dans le pays. A noter que l'interface web est plus moderne que celle proposée par l'enseigne en France.

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



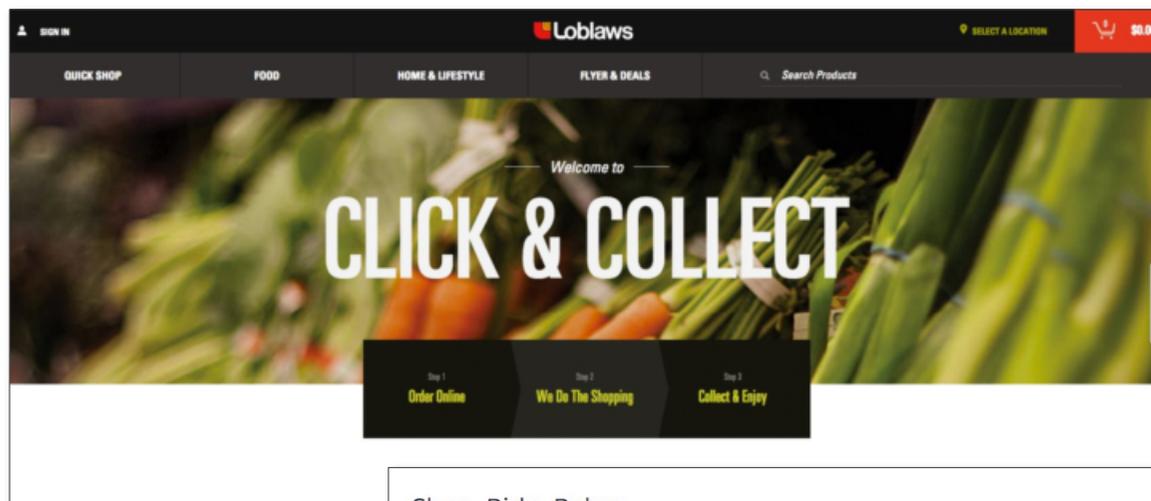
nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

World Wide Drive

> UBER ET DRIVE : UN PARTENARIAT "GAGNANT GAGNANT"



Shop. Ride. Relax.



Le Canadien Loblaws a récemment fait parler de son nouveau service de click and collect en s'associant avec Uber, la société de chauffeurs privés.

Durant une période donnée, les clients internautes de Loblaws se sont vus offrir une prestation Uber aller-retour pour aller chercher leurs courses. Parallèlement, les clients d'Uber ont reçu des réductions de 10 \$ à valoir sur un prochain achat à la boutique en ligne de Loblaws. Une promotion

des plus pertinentes, les deux marques visant peu ou prou la même cible : des adeptes de nouvelles technologies, utilisateurs de réseaux sociaux, en quête de services pour faciliter leur mode de vie urbain.

A noter que le concept de drive ou click and collect est relativement neuf au Canada. Save-On-Foods a ouvert trois unités à Vancouver et Loblaws a fait de même à Toronto depuis quelques mois seulement.

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

UN LIVRE 100 % TERRAIN

ONZIÈME ÉDITION DES **Tranches de vie commerciale**, par Olivier Dauvers



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

Edition **2015**,
84 pages.

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

Benchmarks

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.

- > TABLETTES LAVE-VAISSELLE : QUI INDIQUE LE PRIX À LA TABLETTE ?...20
- > L'INDICATION DE L'ORIGINE DES FRUITS ET LÉGUMES.....21
- > LA VISIBILITÉ DES PRODUITS SUR SMARTPHONES.....22



Les Ateliers du Drive

Mercredi 23 septembre 2015 – Paris
Hôtel Novotel – Vaugirard-Montparnasse

Un événement organisé par
LINEAIRES éditions DAUVERB

En partenariat avec:

Au programme de la journée :

- Les clients du drive : qui sont-ils ? que pensent-ils ?
- Les leviers d'amélioration de la relation client
- Les marques et la promo en drive
- Frais trad, produits régionaux, services : ces drives qui développent leur offre

Bloquez dès à présent la date du 23 septembre 2015 dans votre agenda.

Contactez-nous pour recevoir en avant-première le programme de la journée (en cours d'élaboration). N'hésitez pas à réserver dès à présent votre place, pour être sûr de ne pas rater cette journée (à guichets fermés chaque année).

Contact: ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr
Téléphone: 02 99 32 21 21

Données exclusives
DRIVE Insights IRI

Plus de renseignements sur
www.lineaires.com

Benchmarks

> TABLETTES LAVE-VAISSELLE : QUI INDIQUE LE PRIX DE VENTE À LA TABLETTE ?

Si en drive on ne peut prendre en main les articles et les observer sous toutes les coutures, en revanche l'interface des sites offre bien plus de liberté que les étiquettes prix pour ajouter une mention spécifique facilitant le choix sur une catégorie de produits. Ainsi pour les produits en doses (tablettes lave-vaisselle, doses lessive, capsules de café), un bon moyen de comparer les différentes offres est de ramener le prix à l'unité. Peu d'enseignes le font, la plupart mentionnant le prix au kilo comme pour les autres types de produits. Chronodrive et Collect&Go de Colruyt affichent le prix à la pièce. De même que Carrefour Drive, mais seulement sur la nouvelle version de l'interface en test à Rambouillet et Saussay. Preuve, s'il en est, qu'il s'agit d'une réelle optimisation e-merchandising.

QUI FAIT QUOI ?

chronodrive ✓	LeDRIVE intermarché ✗
Carrefour drive Nouveau site en test ✓	E.Leclerc DRIVE ✗
Collect&Go ✓	LEADER DRIVE ✗
Auchan Drive.fr ✗	MATCH Drive ✗
Carrefour drive Site actuel ✗	MONOPRIX ✗
coradrive.fr ✗	courses U.com ✗
Casino drive.fr ✗	

- ✓ Affiche le prix à la tablette
- ✗ N'affiche pas le prix à la tablette

SITE ACTUEL



NOUVELLE VERSION DU SITE EN TEST



Sun

Tablettes lave-vaisselle citron - Classic

6,65 €

la boîte de 40 - 380 g

- 1 + **AJOUTER**



Sun

Tablettes Classic Sun

6,70 €

la boîte de 40 - 380 g

0,17 € / pièce

Ajouter à mes listes 

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

Benchmarks

> L'INDICATION DE L'ORIGINE DES FRUITS ET LÉGUMES RESPECTE-T-ELLE LA RÉGLEMENTATION ?

L'affichage du prix et des infos produits est très encadré, particulièrement en matière de fruits et légumes. Ainsi, selon l'article 6 du décret n°2010-109, "au stade de la vente de détail, la mention relative à l'origine des produits est inscrite de façon visible et lisible, en caractères d'une taille égale à celle de l'indication du prix." La chose est donc aussi bien vraie pour les points de vente physiques que pour les sites de e-commerce. Mais, le bilan est sans appel : une seule enseigne se tient dans les clous, AuchanDrive. Chez tous les autres opérateurs, l'origine du produit est indiquée en plus petit que le prix, généralement en beaucoup plus petit ! Dans 5 cas, il est nécessaire d'afficher la fiche produit pour voir l'origine. Pour le Drive Intermarché, 2 clics sont même nécessaires pour accéder à cette information.



Les vignettes produits sont généralement conçues pour que le visuel et le prix soient clairement mis en avant. La mention de l'origine dans une typographie équivalente à celle du prix est de nature à surcharger la présentation et à nuire à la lisibilité. D'où l'astuce d'AuchanDrive consistant à signaler l'origine via un drapeau et de faire apparaître le nom du pays avec la bonne taille de police par un simple survol du pointeur de la souris.

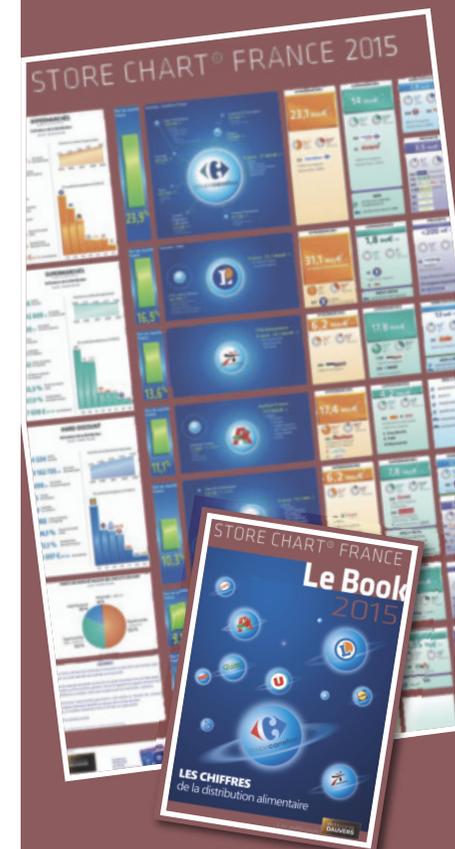
ORIGINE VISIBLE DÈS LA VIGNETTE PRODUIT	ORIGINE VISIBLE SUR LA FICHE PRODUIT
✓	X Nouveau site en test
X Site actuel	X
X	X
X	X
X	AUCUNE ORIGINE MENTIONNÉE
X	
X	
X	

- ✓ Affichage conforme à la réglementation
- X Affichage non-conforme à la réglementation (mention présente mais trop petite)

EDITION 2015

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

l'Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2015



Renseignements : florence.taillefer@editionsdauvers.fr

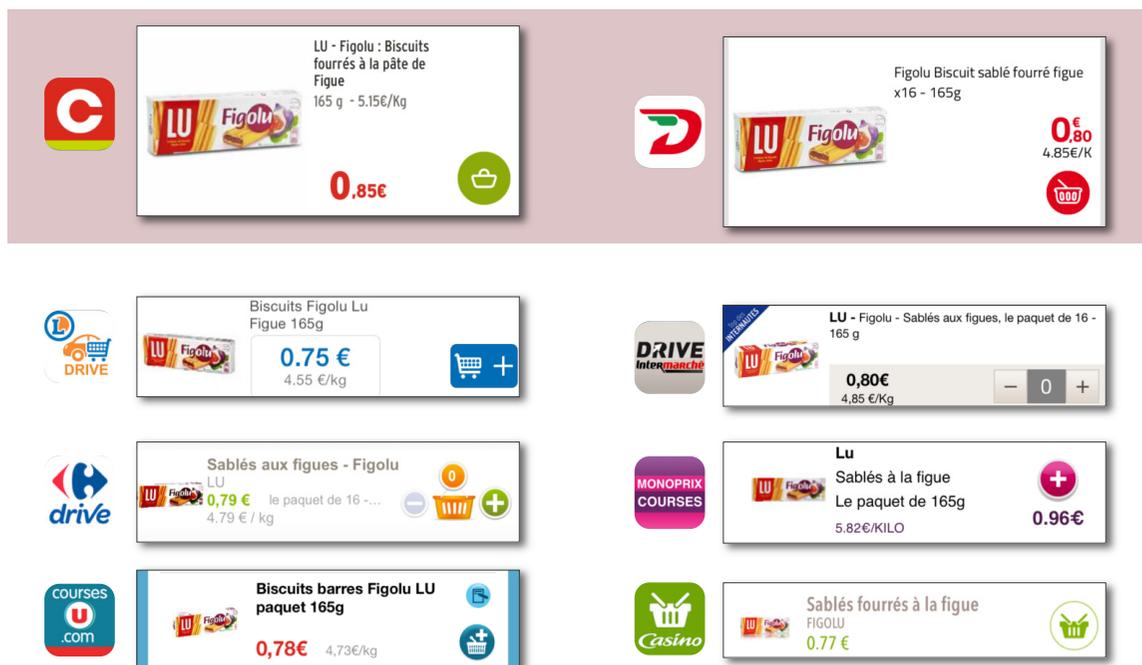
une publication

éditions DAUVERS

Benchmarks

> LA VISIBILITÉ DES PRODUITS SUR SMARTPHONES

De plus en plus de Français font leurs courses drive, intégralement ou partiellement, depuis leur smartphone ou leur tablette. Dans certaines enseignes, plus d'une commande sur deux provient d'un appareil mobile. L'expérience d'achat est logiquement très différente sur l'écran d'un ordinateur ou sur celui d'un téléphone. Toutefois, certaines enseignes ont fait plus d'efforts que d'autres pour adapter leur interface et favoriser la lisibilité et le confort d'achat. En ce sens, MAG DRIVE a comparé les enseignes sur la visibilité des produits dans les "rayons" des applications. Pour un même produit (le paquet de Figolu), la taille de la photo produit à l'écran varie du simple au triple entre Casino Drive et les enseignes du groupe Auchan. A l'exception de Chronodrive et AuchanDrive, les miniatures des applications sont vraiment... miniatures !



Méthodologie : tous les visuels sont à la même échelle, ils proviennent de captures d'écran effectuées rigoureusement dans les mêmes conditions.

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 2015

Licence
de MULTIDIFFUSION
Groupe



Licence
de MULTIDIFFUSION
Société



LICENCE UNIQUE
sans droit de copie



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

La ville

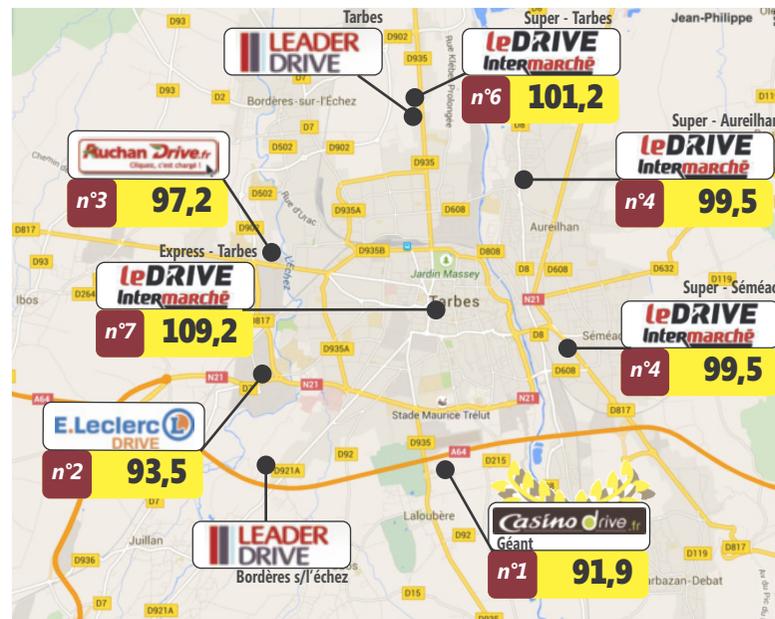
Ville d'un peu plus de 40 000 habitants au sein d'une agglomération totalisant 80 000 âmes, Tarbes abrite 9 drives. Une fois n'est pas coutume (et par le jeu de la promo à la date du relevé), le drive du Géant Casino prend la tête du classement prix avec une avance non négligeable (1,6 point) sur Leclerc.

Source : **DRIVE Insights**
Jun 2015

> TARBES VS. FRANCE



> CLASSEMENT PRIX DES DRIVES



Méthodologie : l'indice prix des Leader Drive n'est pas pris en compte, ceux-ci ayant trop peu de références en commun avec les autres enseignes.

> DENSITÉ DRIVES VS. POPULATION

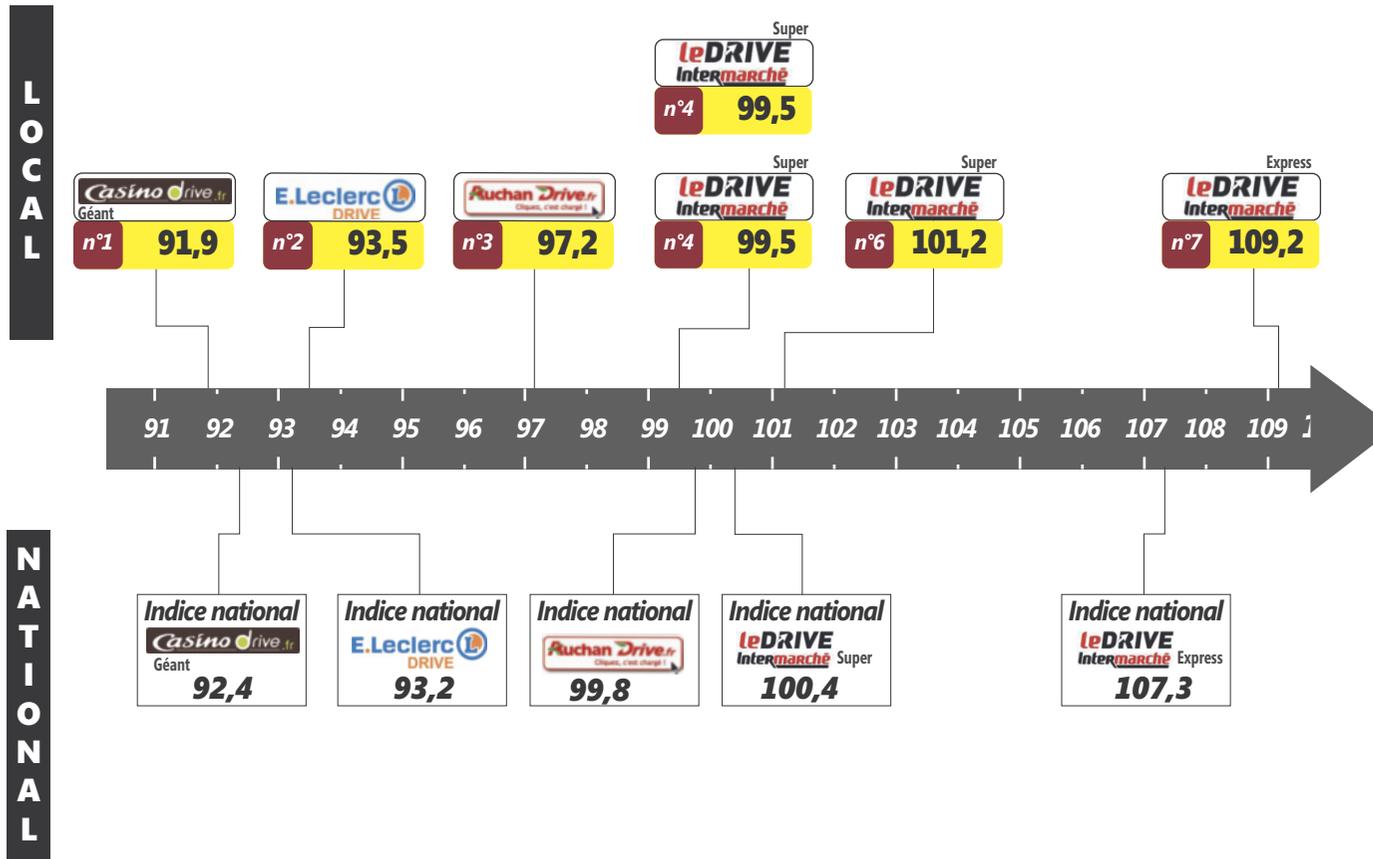
9 000 habitants/drive

La moyenne française est de **18 000** habitants/drive

a3distrib
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur www.grandeconso.com

> LES ENSEIGNES PRÉSENTES VS LEUR POSITIONNEMENT NATIONAL



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 ville



#26

> ASSORTIMENT TOTAL

Juin 2015
Nbre de réf.

 Super - Tarbes	13 603
 Super - Séméac	11 269
 Super - Aureilhan	9 571
 Géant	8 426
 Express - Tarbes	8 030
 Cliquez, c'est chargé !	7 820
	6 633
 Tarbes	2 766
 Bordères s/l'échez	2 763

La moyenne
française est de
10 316
références

a3distrib
L'image de vous-même !



Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

> 6 TRANCHES DE VIE COMMERCIALE TARBAISE

PRODUIT LOCAL

Leclerc fait littéralement l'impasse sur les produits locaux et Casino Drive ne fait pas beaucoup d'efforts. Chez Auchan Drive, une sélection est proposée dans une rubrique "Midi-Pyrénées Languedoc Roussillon". Les drives Intermarché sont toutefois les mieux fournis en la matière.

Auchan Drive a-t-il réellement espoir d'écouler ce pack de 24 canettes Coca-Cola orné d'un Père Noël ?

Coca Cola classic pack Noël 24x33cl

9,40 € / 1,19 €/l

AJOUTER AU PANIER

Viande Richelieu Faux-filet cheval les 2 steaks - 310 g

Viande Richelieu Hachés de cheval 5% MG les 2 hachés de 120 g

5,18 € / 16,70 €/kg

3,00 € / 12,50 €/kg

Les drives Intermarché d'Aureilhan et Séméac se distinguent avec une petite offre de viande de cheval. Un choix plutôt pointu, assez étonnant pour un canal de vente où l'assortiment est généralement limitée.

leDRIVE Inte

Mon magasin : Tarbes

RAYONS ACTUALITÉS

> Accueil | Fruits & légumes | Fruits

Fruits & légumes

Fruits

- Pommes & Poires (2)
- Agrumes (3)
- Fruits déjà prêts (2)

Exception faite du point de vente de Séméac (44 réf), les drives Intermarché ont une offre de fruits frais des plus "riquis". Le magasin des Halles Brauhauban en propose à peine 7, celui d'Aureilhan 16, et celui de Tarbes Nord, 15. Bien peu à côté des 121 réfs. d'Auchan Drive. Parallèlement, Leclerc présente 31 références Casino 43 et les deux Leader Drive, 28.

Boucherie

Spécial Barbecue (63)

Tout afficher

- Boucherie Traditionnelle (11)
- Brochettes (17)
- Ribs & cotes précuits (2)
- Plateaux assortiments (10)
- Merguez (5)
- Chipolatas (9)
- Saucisses de Toulouse (1)
- Autres saucisses fraîches (6)

Brochette de porc marine

Intermarché Halles Brauhauban se rattrape au rayon boucherie avec un assortiment "Spécial Barbecue" totalisant 63 références. Là où les autres drives en affichent seulement une dizaine.

Casino Drive

RÉSULTATS : 73 POUR CHARBON

- Charbon de bois 2.5kg 2,90€
- Charbon de bois 10kg 9,90€
- Charbon de bois 4kg 5,25€

C'est de saison... Quitte à mettre en avant une gamme de saucisses et grillades, mieux vaut vendre également du charbon de bois. Tous les drives tarbais en commercialisent à l'exception d'Intermarché Halles Brauhauban. Avec trois références (2,5 kg, 4 kg et 10 kg), Casino Drive dispose de l'offre la plus large.

Relevés le 5 juin 2015



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

Numéro découverte
(et gracieux)
sur simple demande :

romain.molay@editionsdauvers.fr

VIGIE GRANDE CONSO

VIGIE GRANDE CONSO est plus qu'une simple veille. Face à la surabondance et l'instantanéité de l'information, Editions Dauvers vous propose une fois par mois de faire le point sur une sélection d'actualités rebattues, passées inaperçues ou inédites. Autant de tendances, d'évolutions, d'études ou d'évènements marquants analysés, décryptés, synthétisés, recoupés et mis en perspective. Le tout avec une "mise en scène" infographique facilitant la compréhension et la touche « Editions Dauvers » qui fait la différence.

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 :
romain.molay@editionsdauvers.fr / 06 88 05 31 60

une publication

éditions
DAUVERS

La catégorie

Source :  **DRIVE**
Insights
Juin 2015



a3distrib
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

La catégorie 



#30

> L'ASSORTIMENT MOYEN



> COMPOSITION DE L'OFFRE EN DRIVE

% M NATIONALES	% MDD	% PREMIERS PRIX
85,6 %	13,9 %	0,5 %

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

Shampooings



Juin 2015



#31

> L'ASSORTIMENT PAR ENSEIGNE

Nbre de réf.

Mini - Maxi

Enseigne	Nbre de réf.	Mini	Maxi
coradrive.fr	217	91	297
courses U.com HYPER	185	101	233
MONOPRIX	177	98	231
courses U.com SUPER	149	15	160
leDRIVE Intermarché HYPER	142	56	187
chronodrive	125	62	136
Carrefour drive HYPER	122	39	140
Casino drive.fr HYPER	116	96	123
E.Leclerc DRIVE	116	26	189
leDRIVE Intermarché SUPER	108	2	195
Carrefour drive SUPER	103	27	129
Auchan Drive.fr	97	32	133
Casino EXPRESS.FR	87	78	97
SIMPLYMARKET.fr	86	79	92
Casino drive.fr SUPER	79	37	99
MATCH Drive	5	4	6

a3distrib
L'image de vous-même !

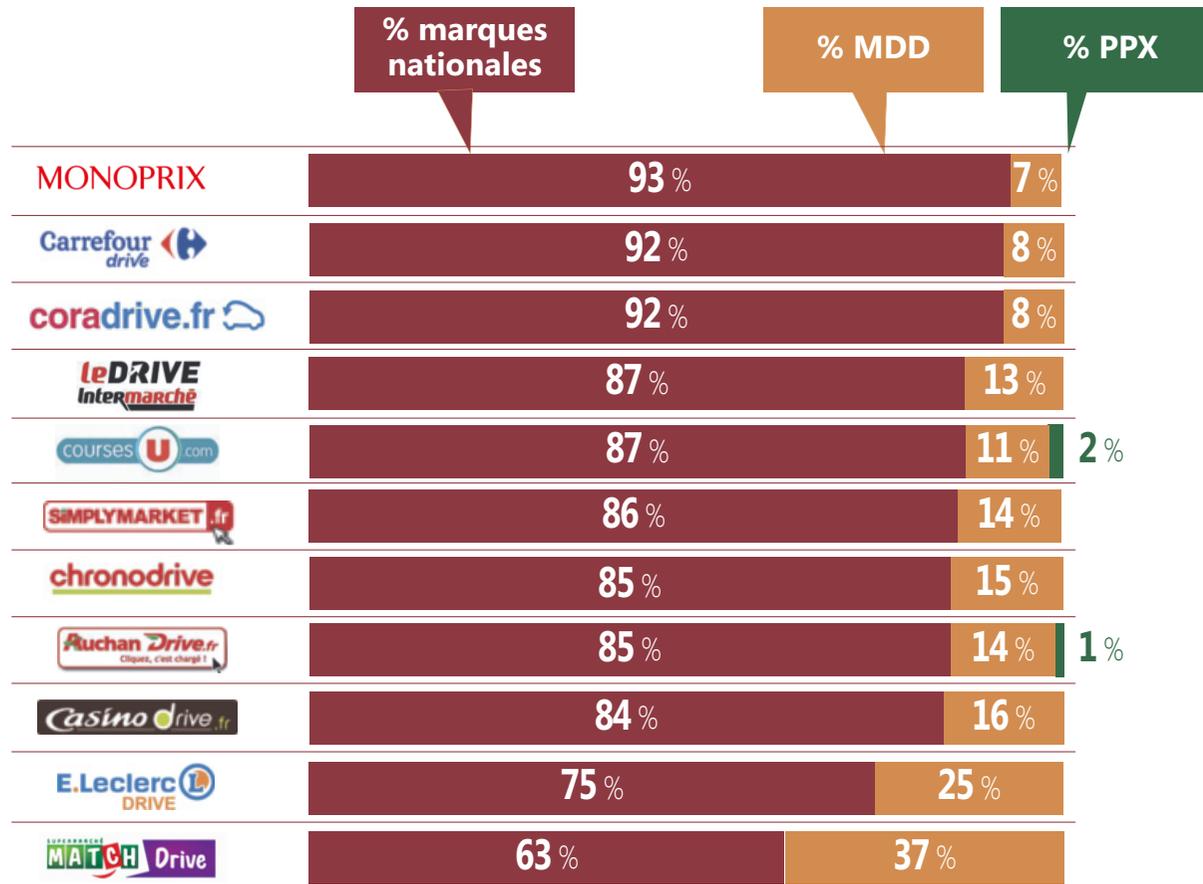


Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

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

Shampoings 



Juin 2015

#33



> TOP 10 DES RÉFÉRENCES LES PLUS DIFFUSÉES

Signifie que cette référence est présente dans 92 % des drives de France



DOP - SHAMP TRES DOUX AUX OEUFS - FLAC 400 ML

DN **92 %**



DOP - SHAMP TRES DOUX 2 EN 1 AMANDE DOUCE - FLAC 400 ML

DN **91 %**



LE PETIT MARSEILLAIS - KARITE MIEL - FLAC 250 ML

DN **88 %**



DESSANGE - SHAMPOING NUTRI EXTREME - FLAC 250 ML

DN **86 %**



FRUCTIS - FORTIFIANT FORCE & BRILLANCE - FLAC 250 ML

DN **86 %**



LE PETIT MARSEILLAIS - ORTIE CITRON - FLAC 250 ML

DN **85 %**



ULTRA DOUX - ARGILE DOUCE CEDRAT - FLAC 250 ML

DN **85 %**



FRUCTIS - 2 EN 1 CHEVEUX NORMAUX - FLAC 250 ML

DN **85 %**



ULTRA DOUX - MANGUE FLEUR DE TIARÉ - FLAC 250 ML

DN **85 %**



ULTRA DOUX ENFANTS - ABRICOT - FLAC 250 ML

DN **84 %**

a3distrib
L'image de vous-même !

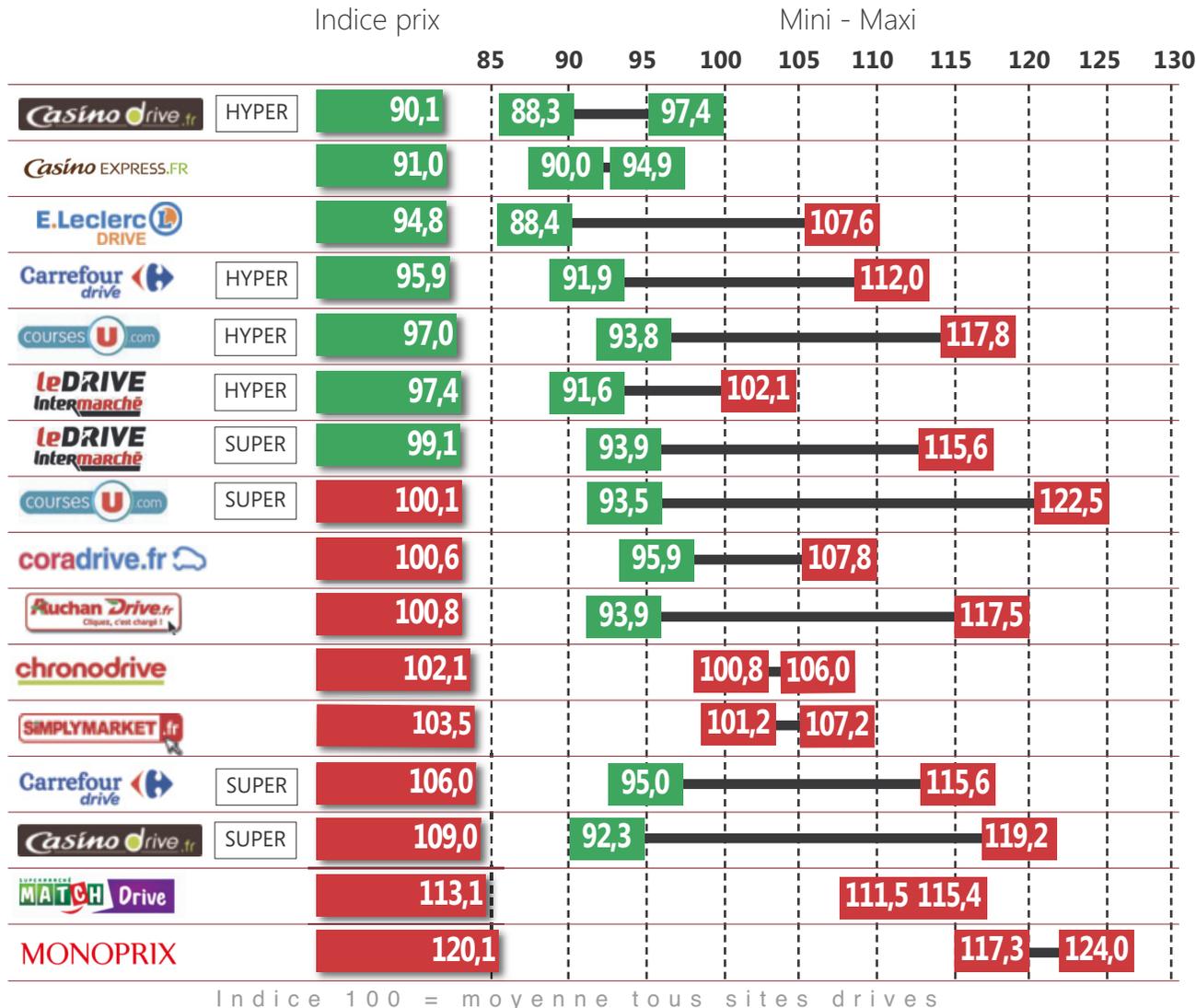
Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

La catégorie Shampooings



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

• Géant domine largement ce comparatif spécial shampooings. Pour autant, il ne s'agit pas du résultat d'une nouvelle baisse de prix opérée par l'enseigne. L'explication est ailleurs : l'indice de l'enseigne a spectaculairement baissé en raison d'une OP beauté d'envergure qui s'est tenue au mois de mai et qui contenait nombre de shampooings. La part très élevée de remises immédiates abaisse mécaniquement l'indice prix de Géant.



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

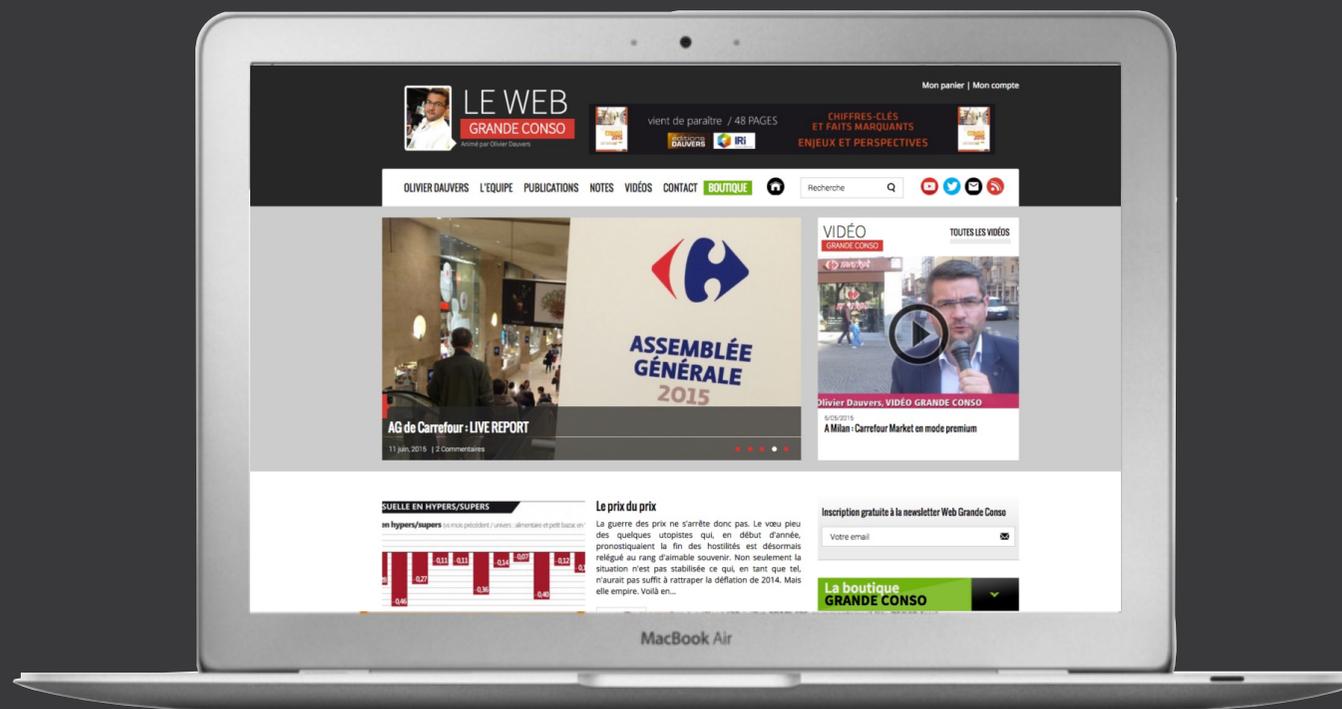
▶ Vous souhaitez que votre force de vente soit informée en temps réel sur leur zone et leur produits

▶ 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]*

LA BOUTIQUE
GRANDE CONSO

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

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



#36

EDITION 2015

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

**l'Affiche et le Book
STORE CHART FRANCE
édition 2015**



Renseignements :
florence.taillefer@editionsdauvers.fr

une publication

éditions
DAUVERS

MONOPRIX
25/03/2015

Début du message réexpédié :

Date: 25 mars 2015 11:36:30 UTC+1

De: Monoprix <service.client@monoprix.fr>

Répondre à: Monoprix

A: Jean-Philippe Gallet <jean-philippe.gallet@wanadoo.fr>

Objet: Le Service Clients vous répond [258010-1426149439]

MONOPRIX

Bonjour,

Votre contact concernant la différence de prix de ventes en vigueur sur notre site monoprix.fr et dans nos magasins a retenu toute notre attention et nous vous apportons aujourd'hui les éléments de réponse attendus.

Comme vous le savez, nos magasins sont localisés en centre-ville, ce qui entraîne des frais logistiques importants qui se répercutent de fait dans nos points de vente. Pour la vente en ligne, ces frais de gestion sont différents, c'est pourquoi les prix de vente des produits sont généralement plus bas. Dans ce cadre exigeant, Monoprix s'efforce pourtant de proposer à ses clients l'éventail de produits le plus large possible au meilleur rapport qualité prix.

Nous vous rappelons que nous sommes à votre disposition du lundi au samedi de 8h à 22h au 0 800 03 9000 (Appel gratuit depuis un poste fixe).

Sincères salutations,

Angélique Bonneau
Service Clients

>> MONOPRIX : DUR DUR DE JUSTIFIER LE PRICING DIFFÉRENCIÉ...

Carrefour n'est pas la seule enseigne à pratiquer le pricing différencié entre ses magasins et ses drives.

Monoprix aussi. A la différence de la grande majorité des drives, l'argumentaire sur le service Clic&Go de l'enseigne n'évoque à aucun moment la similarité des prix en linéaires et ceux en ligne. Début mars, un relevé de prix réalisé par nos soins sur un panier de 70 références, donnait l'avantage au magasin avec environ 1 point d'écart. Interrogé à ce moment-là afin de connaître la position officielle de l'enseigne sur la question, le service consommateur de Monoprix ne nous a répondu que 15 jours plus tard... après deux relances. Certes argumentée, la réponse va à l'encontre du constat que nous avons pu faire. Le drive y est présenté comme moins cher, puisque ne bénéficiant pas des mêmes frais de gestion que les magasins dont la localisation en centre-ville entraîne des frais de logistique importants ! Un discours plus logique et plus crédible serait le bienvenu !

KNAPP
knapp.com

KNAPP Drive
l'automatisation
au service
du client

KNAPP France
23, rue de la Maison Rouge
77185 Lognes, France
Tel: +33(0)1 64 73 53 47
sales.fr@knapp.com

Tranches de vie commerciale



#38



AVRIL 2015

Produit	Prix	Prix unitaire
Viande bovine Charal 1x entrecôte *** à griller 170g France	22.30 €	131.18 €/kg
Viande bovine 1x entr à griller 170g France	3.93 €	23.12 €/kg
Coca-Cola classic bouteille 1,5l	4.95 €	3.30 €/l
Coca-Cola light 1,5l	1.39 €	0.93 €/l

>> ERRARE DRIVUM EST

En matière d'affichage prix, la vigilance est indispensable aussi bien en magasin que sur les sites drive. Nul doute que les consommateurs ne se sont pas rués sur ces deux offres relevées dernièrement : l'entrecôte Charal à 22,30 € les 170 g, soit 131,18 € le kilo (Leclerc Drive) ou encore le PET 1,5 l de Coca-Cola classic à 4,95 € (AuchanDrive). Ironie de la situation, cette dernière "bourde" coïncide avec l'initiative de Coca-Cola de relever les prix de ses références phares par le jeu subtil d'un reset gencods. Le prix de 4,95 € est toutefois largement supérieur au prix cible de la marque (1,59 €). Pour la petite histoire, suite à un tweet d'Olivier Dauvers révélant l'étourderie, 1h30 se sont écoulées avant qu'Auchan Drive réagisse, trouve le drive concerné et désactive la référence.

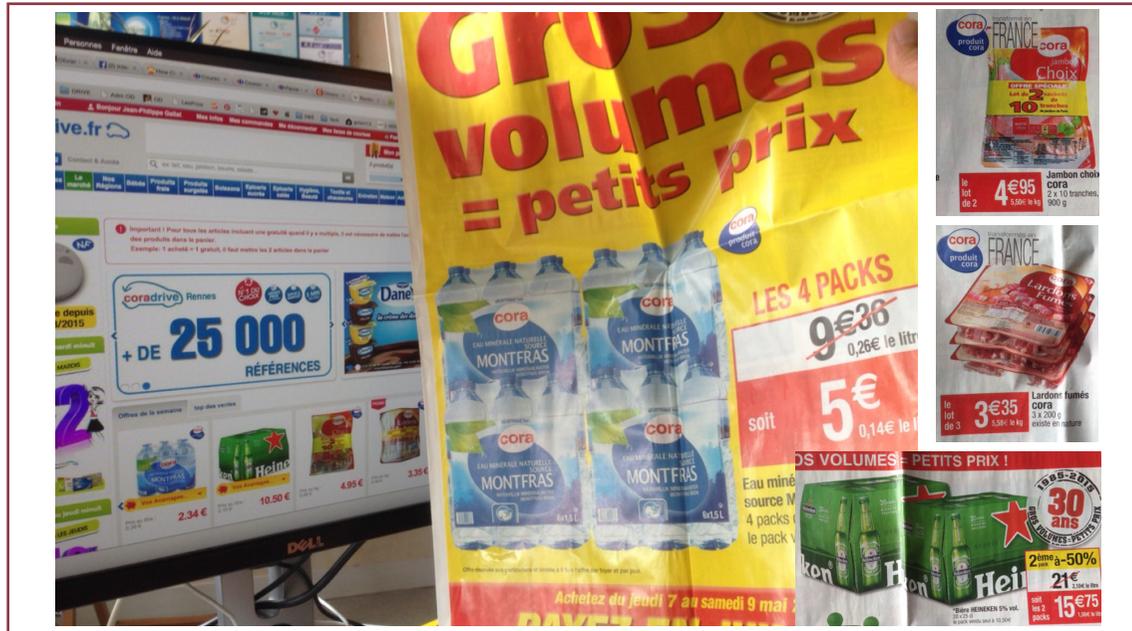


Tranches de vie commerciale



#39

coradrive.fr
07/05/2015



» RÉPLICATION PROMO : PEUT MIEUX FAIRE

Bien que Cora Drive soit l'une des meilleures enseignes en matière de répliation promo entre prospectus et site drive (n°1 au mois de juin avec 61 % de l'offre alimentaire en promo répliquée selon Drive Insights), quelques incohérences ne nous ont pas échappé dans le cadre de la dernière opération "Gros Volumes = Petits Prix" début mai. En page d'accueil, les quatre premières références mises en avant dans l'onglée "Offres de la semaine" sont bel et bien présentes dans le catalogue du moment, toutefois deux seulement présentent strictement la même offre : les lots de lardons et de jambon Cora. L'eau minérale Cora, pourtant en une du prospectus avec un prix de 5 € les 4 packs (0,14 € le litre) est affichée en ligne à 2,34 € le pack (0,26 €/l). Quant au pack 20x25 cl Heineken, il est proposé à 10,50 € pièce sur le site et à 15,75 € les deux packs en prospectus. Comment Cora argumente-t-il cela auprès de ses clients drive qui reçoivent le prospectus dans leur BAL ?



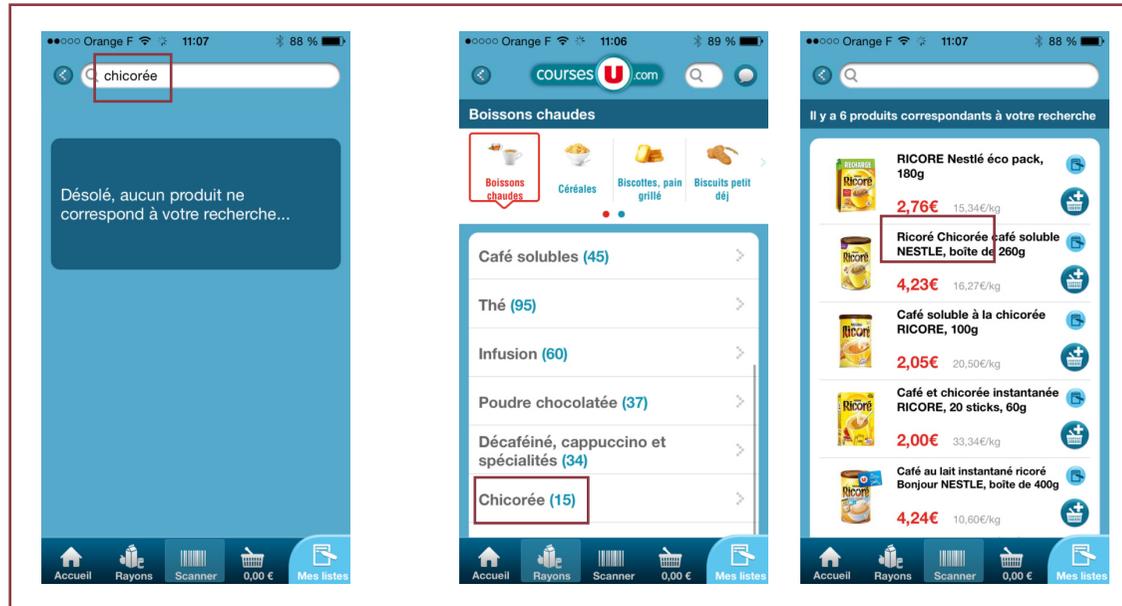
Tranches de vie commerciale



#40



07/05/2015



» LA CHICORÉE MAL AIMÉE DE LA ZONE DE RECHERCHE

Utilisées par un nombre croissant de consommateurs, les applications pour smartphones et tablettes ne sont pas exemptes de bugs et autres incohérences. Illustration avec un simple test "search" : étonnamment la recherche du mot "chicorée" n'aboutit pas alors que cette sous-catégorie est bel et bien répertoriée dans la catégorie des "boissons chaudes" au sein de l'univers "Petit Déjeuner". De plus, la mention apparaît à plusieurs reprises dans des descriptifs produits. Etrange...



Tranches de vie commerciale



#42



03/06/2015



>> UN SPONSOR TRÈS (TROP) VOYANT !

Les eaux de Nestlé Waters, Perrier en tête, s'animent chaque année au moment de Roland Garros. Au delà des packagings aux couleurs du tournoi, des animations et des mises en avant ont lieu dans les magasins et désormais sur les sites drive. Sur la page d'accueil de Casino Drive, difficile de passer à côté de l'évènement tant Nestlé Waters occupe le terrain : au delà de l'habillage du site aux incontournables couleurs vert anglais et terre battue, Perrier et Vittel s'affichaient sur deux bannières horizontales et un pavé latéral. Certainement bénéfique pour les marques concernées, cette surexposition l'est-elle aussi pour l'enseigne ? On peut en douter tant l'image et l'identité du site sont détournées au seul profit de Perrier, Vittel et Roland Garros.

Réservez votre place pour

Les Ateliers du Drive

Mercredi 23 septembre 2015 – Paris

Hôtel Novotel – Vaugirard-Montparnasse

Désireux de suivre l'actualité du drive ?

Les derniers développements
du format, ses nouveaux enjeux ?

Rendez-vous aux Ateliers du drive 2015,
le rendez-vous annuel incontournable
du circuit !

En partenariat
avec :



Texabri

Au programme de la journée :

- Les clients du drive : qui sont-ils ? que pensent-ils ?
- Les leviers d'amélioration de la relation client
- Les marques et la promo en drive
- Frais trad, produits régionaux, services : ces drives qui développent leur offre

Bloquez dès à présent la date du **23 septembre 2015**
dans votre agenda.

Contactez-nous pour recevoir en avant-première
le programme de la journée (en cours d'élaboration).

N'hésitez pas à réserver dès à présent votre place,
pour être sûr de ne pas rater cette journée
(à guichets fermés chaque année).

Contact : ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr

Téléphone : 02 99 32 21 21



Plus de renseignements sur

www.lineaires.com



Un événement organisé par

LINEAIRES
Le magazine de la distribution automobile

éditions
DAUVERS

BULLETIN D'INSCRIPTION

Je participe à la journée "Les Ateliers du Drive" qui se tiendra le 23 septembre 2015 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 Email

Troisième personne de la même société

Nom Prénom
Fonction Email

Ateliers du Drive – Lineaires

Benoit 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 pauses, le déjeuner et les textes des interventions 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 le justifient, 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, indiquant le lieu exact de la journée et le programme.

CONDITIONS D'ANNULATION

Les participants peuvent se le permettre. 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 par frais de dossier.

INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

Les informations contenues dans le bulletin d'inscription ont pour objet de vous faire connaître l'objet d'un traitement informatique. Conformément à la loi N° 78-17 du 6 janvier 1978, dite « Informatique et Libertés », vous disposez d'un droit d'accès et de rectification. Si un refus est émis, il est mentionné dans le bulletin d'inscription. Les données informatiques peuvent 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.
1^{er} inscrit : plein tarif. Inscrits supplémentaires : -16 %.

Date, Signature et Cachet de l'entreprise