

LES DOSSIERS

GRANDE CONSO

**Ce qu'il fallait
aussi voir...**



CCial Auchan Saisons de Meaux (Meaux)

[OCTOBRE 2015]



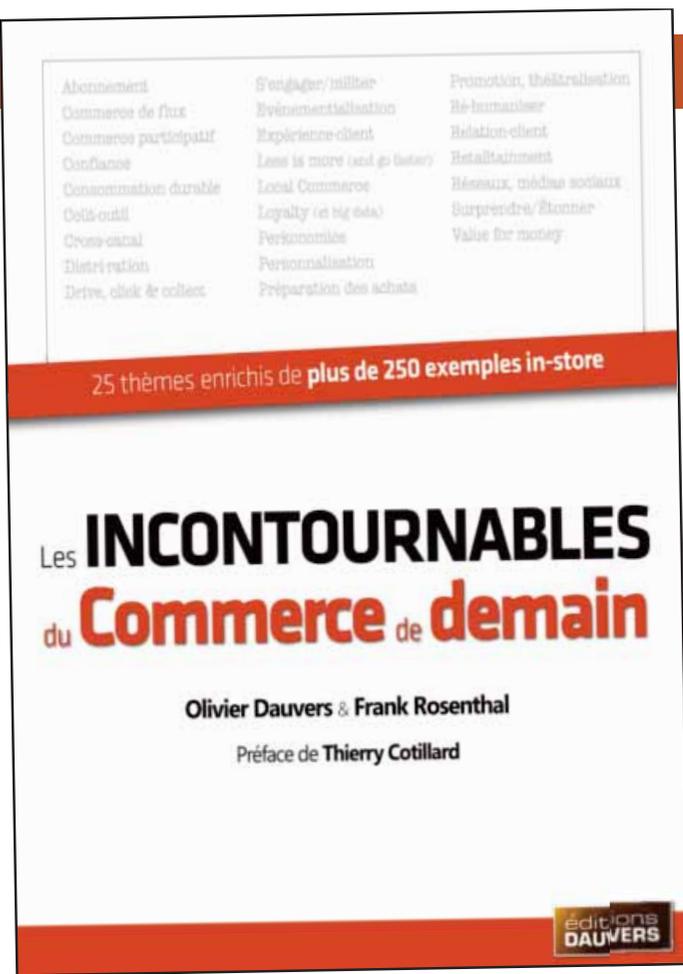
Ce qu'il fallait aussi voir...

- Le Centre Commercial.. p. 3
- Trésor..... p. 8
- Fin so p. 12
- La Vignery..... p. 19
- Alice Délice..... p. 27
- Little Extra..... p. 38
- Decathlon..... p. 44

INDISPENSABLE



Les **25 INCONTOURNABLES**



Abonnement	S'engager/militer	Promotion, théâtralisation
Commerces de flux	Événementialisation	Ré-humaniser
Commerces participatif	Expérience-client	Relation-client
Confiance	Less is more (and go faster)	Retailtainment
Consommation durable	Local Commerce	Réseaux, médias sociaux
Coût-outil	Loyalty (et big data)	Surprendre/Étonner
Cross-canal	Perkonomics	Value for money
Distri-ration	Personnalisation	
Drive, click & collect	Préparation des achats	

25 thèmes enrichis de plus de 250 exemples in-store

Les INCONTOURNABLES du Commerce de demain

Olivier Dauvers & Frank Rosenthal
Préface de Thierry Cotillard



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

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

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.

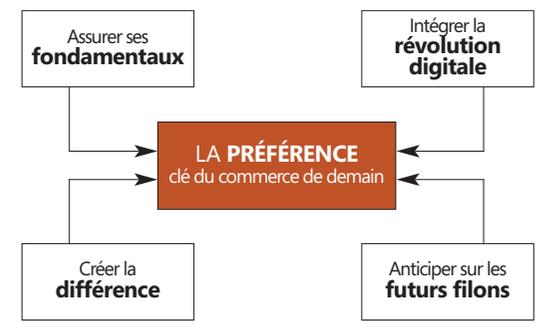
Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

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

LE CENTRE
100 boutiques
30 000 m² GLA de galerie
(hors Decathlon et Leroy Merlin)
2 800 places de parking
120 M€ d'investissements
7 M/an de visiteurs
à terme



Le Centre Commercial Saisons de Meaux (Immochan)

Le Point Accueil du centre occupe une cellule à part entière. Il cumule de nombreuses fonctions. Il est bien sûr possible d'y obtenir des renseignements, mais également de s'y détendre...

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

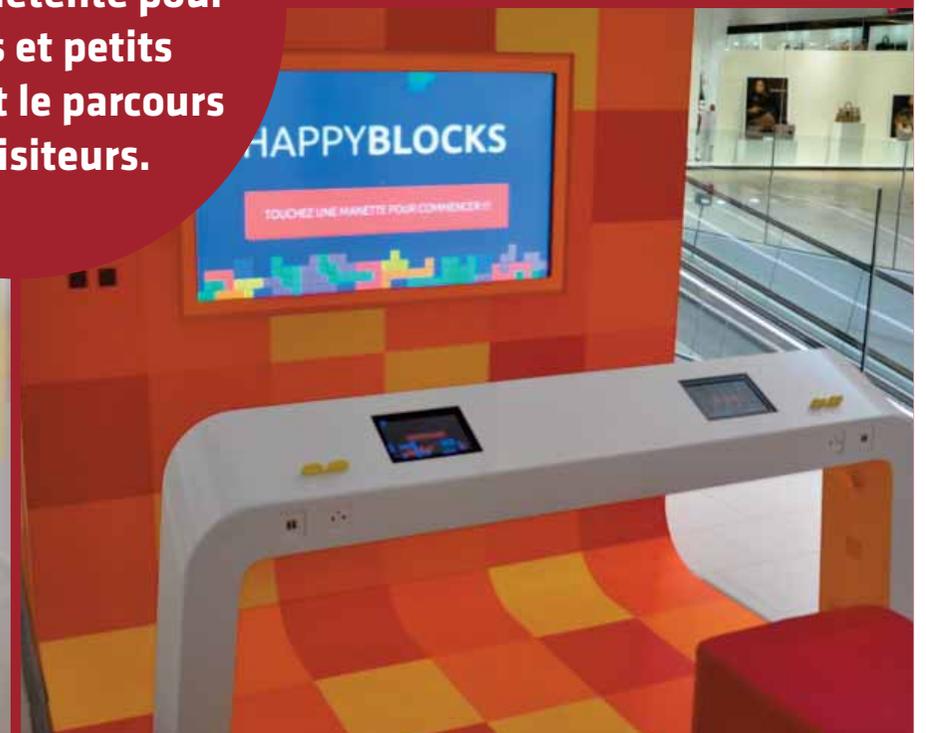
éditions
DAUVERS





... d'y laisser son portable en charge (sous clé), de s'y faire livrer des colis (via Mondial Relay, Relais Colis et Kiala), ainsi que d'essayer directement sur place sa commande dans une cabine d'essayage prévue à cet effet et de gérer le retour si nécessaire.

Leitmotiv du centre : le Happy Shopping. De nombreux espaces détente pour grands et petits jalonnent le parcours des visiteurs.



Parce que
VOTRE TEMPS
est **PRÉCIEUX**

Une fois par mois



20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO/CONSO

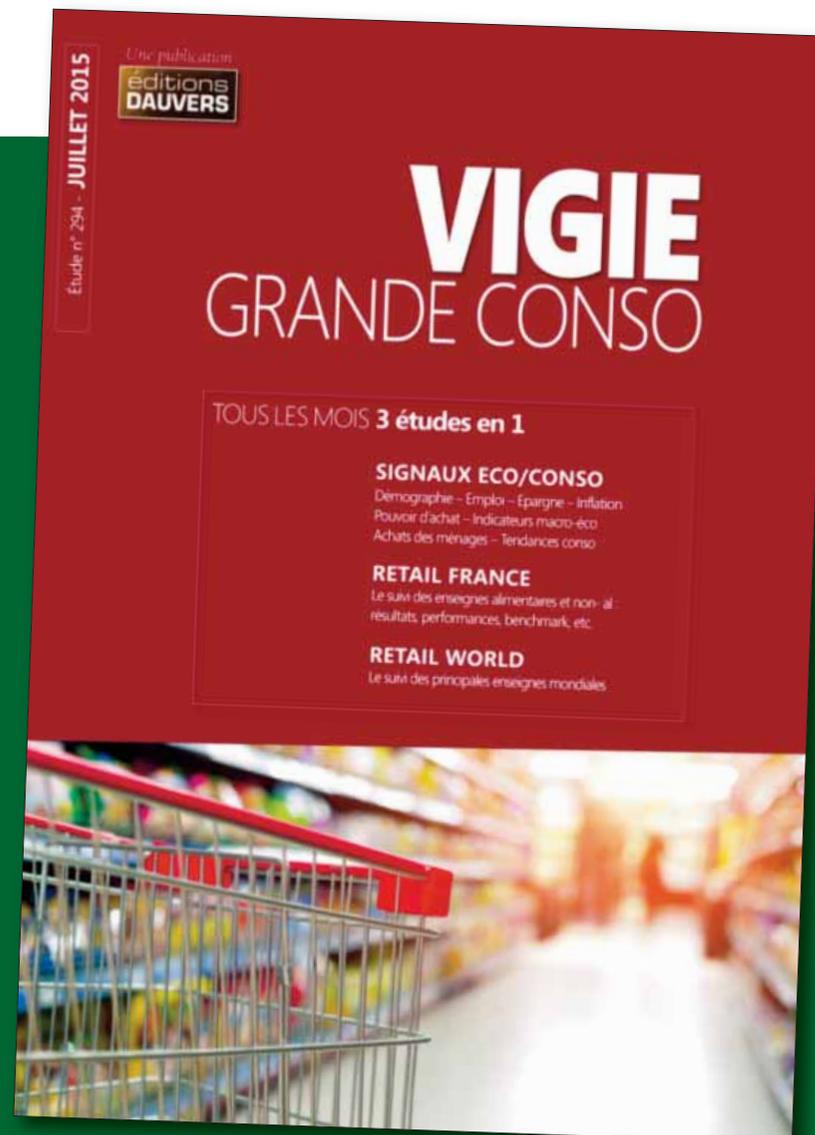
Démographie – Emploi – Epargne – Inflation
Pouvoir d'achat – Indicateurs macro-éco
Achats des ménages – Tendances conso
Etudes socio

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

TRÉSOR

BIJOUX / MONTRES / ARRIVAGES

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

TRÉSOR

188 magasins.
Enseigne discount
du groupe **Thom**
(qui possède aussi
Histoire d'Or
et *Marc Orian*)

Trésor (bijouterie discount du groupe Thom)

**PRIX
LE PLUS
BAS
GARANTI** 
SUR TOUS NOS BIJOUX

Chez Trésor,
deux prix sont
systématiquement
affichés : le PCP
(prix couramment
pratiqué) et le prix
Trésor (orange)



**RELEVEZ
LE DÉFI
DU PRIX
TRESOR**

**L'opération
du moment : pour
6 bijoux, seul le PCP
est affiché, le client qui
trouve leur prix Trésor
repart avec. Original !
Une initiative intéres-
sante pour nourrir
l'image prix.**

**LE DÉFI
DU PRIX
TRESOR**

4 BIJOUX À GADGETS
TOUTES SEMAINE
EN DEVINANT LEUR PRIX !

Plus d'informations
sur www.dauvers.com

ou appelez-nous au
02 35 11 11 11

**DEVINEZ LE PRIX
DE CES BIJOUX
ET GAGNEZ-LES !**

**DEVINEZ LE PRIX
DE CES BIJOUX
ET GAGNEZ-LES !**

**DEVINEZ LE PRIX
DE CES BIJOUX
ET GAGNEZ-LES !**

**DEVINEZ LE PRIX
DE CES BIJOUX
ET GAGNEZ-LES !**

**DEVINEZ LE PRIX
DE CES BIJOUX
ET GAGNEZ-LES !**

**DEVINEZ LE PRIX
DE CES BIJOUX
ET GAGNEZ-LES !**

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 Boutique
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

FUN SO

chaîne japonaise de
“bazar chic”

2^{ème} implantation
en France



fun so

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS







LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



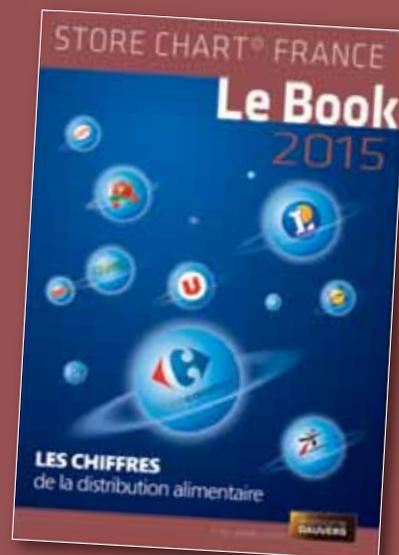




LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

STORE édition 2015 CHART France



Pratiques, efficaces et structurés,
l’Affiche et le Book
STORE CHART FRANCE
sont deux outils indispensables pour
tout connaître de la
distribution alimentaire.

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

LA VIGNERY

LA VIGNERY
création en **2005**
13 magasins
1 500 vins
100 champagnes
250 whiskies
100 rhums

La Vignery (galaxie Mulliez)

nos services à votre disposition !



30% de remise
Bourgogne Chardonnay
Nuiton Beaunoy Réserve
2011/2012

soit la bouteille

6,99€
au lieu de 9,99€

• 1500 vins • 250 whiskies • 150 bulles • 50 rhums • 40 sommeliers



LE MONDE DU VIN VOUS APPARTIEN ENFIN

PROMO
CHATEAU
MAINE DE FLEURY
2013
6,99€
12,99€

50%
CHATEAU
LA FLEUR DE CHATELAIN
2013
5,99€
11,99€

50%
CHATEAU
LA FLEUR DE CHATELAIN
2013
17,99€
34,99€

2
CARTONS
ACHETES
3
BOUTEILLES

3
BOUTEILLES
ACHETES
4
BOUTEILLES

10€ MAXI

20€ MAXI

BOURGOGNE

CHAMPAGNES



LE MONDE DU VIN VOUS APPARTIENT ENFIN



LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



CLICK & COLLECT

SERVICE
GRATUIT



1.
CHOISISSEZ
VOS PRODUITS



2.
COMMANDEZ
EN LIGNE



3.
RETIREZ
EN MAGASIN



PARC, ENSEIGNES, POLITIQUES
MARCHANDISES, PRIX...

L'ÉTUDE DE RÉFÉRENCE



TOUS LES MOIS

[juillet-août couplés]

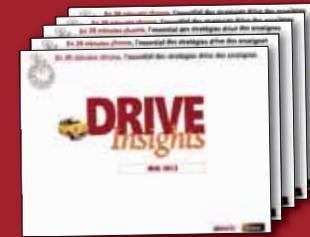
powered by



Renseignements : romain.molay@editionsdauvers.fr

TARIFS 2015

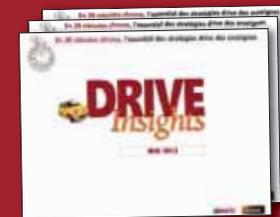
Licence
de MULTIDIFFUSION
Groupe



Centrales,
Enseignes...

2 990 € HT

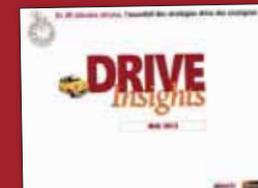
Licence
de MULTIDIFFUSION
Société



Industriels,
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE
sans droit de copie



PME,
Indépendants...

990 € HT

Alice Délice

ALICE DÉLICE

Spécialiste de
l'ustensile de cuisine
Création en **2002**
32 magasins (dont 3
franchisés en France
et 8 en Belgique)

Alice Délice (galaxie Mulliez)







Les outils d'Alice

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



Les enfants d' Alice

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

PETIT CHEF

PETIT CHEF

PETIT CHEF







Les outils d' Alice

USTENSILES PRATIQUES

USTENSILES PRATIQUES

USTENSILES PRATIQUES

COUTEAUX

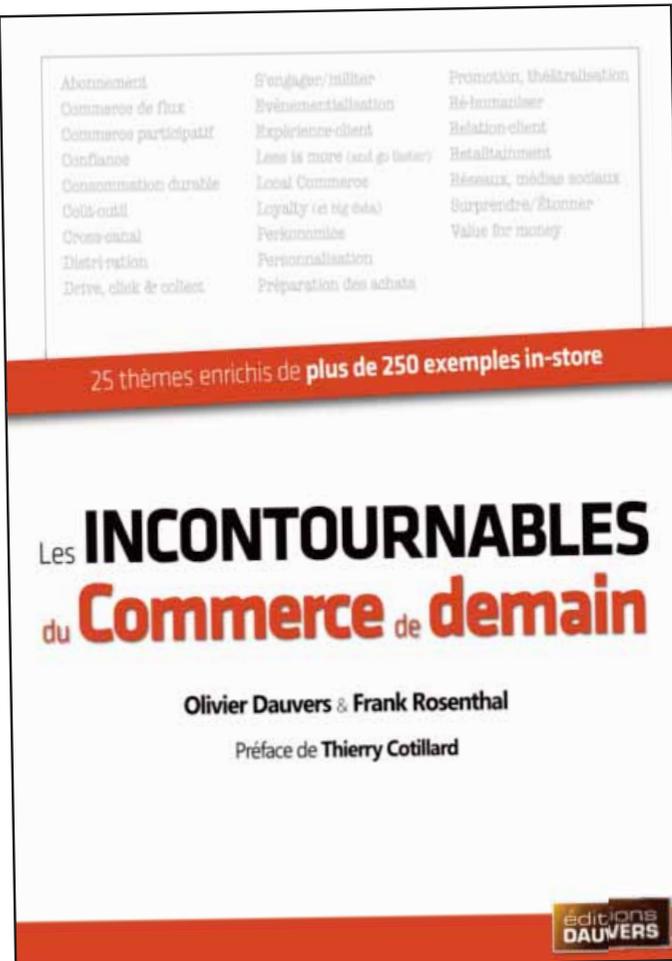




INDISPENSABLE

éditions DAUVERS

Les 25 INCONTOURNABLES



Abonnement	S'engager/militer	Promotion, théâtralisation
Commerce de flux	Événementialisation	Ré-humainiser
Commerce participatif	Expérience-client	Relation-client
Confiance	Less is more (and go faster)	Retailtainment
Consommation durable	Local Commerce	Réseaux, médias sociaux
Coût-outil	Loyalty (et big data)	Surprendre/Étonner
Cross-canal	Perkonomie	Value for money
Distribution	Personnalisation	
Drive, click & collect	Préparation des achats	

25 thèmes enrichis de plus de 250 exemples in-store

Les INCONTOURNABLES du Commerce de demain

Olivier Dauvers & Frank Rosenthal
Préface de Thierry Cotillard

éditions DAUVERS

308 pages, 32 €

Disponible sur www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

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

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.

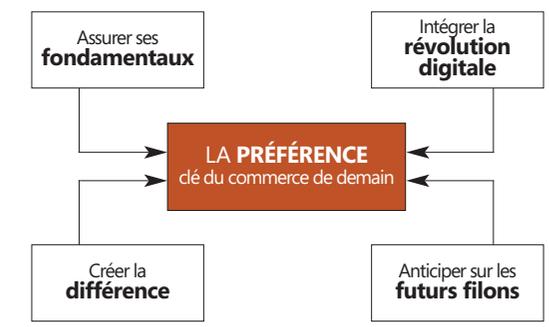
Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

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.



- 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
- Perkonomie
- Personnalisation
- Relation client
- Événementialisation
- Retailtainment
- Surprendre/Étonner
- Abonnement
- Commerce de flux
- Consommation et développement durable
- Distribution
- Less is more (and go faster)
- Local commerce
- Réhumaniser

LITTLE EXTRA

création en **2004**

18 magasins
et quelques corners
en test dans
des hypers
Auchan

**A Meaux, un
format compacté**

à 70 m² qui doit préfigurer
l'arrivée de l'enseigne en
lieux de flux : gares de
Lyon, Lille-Flandres, de
Montpellier, La Défense et
aéroport Charles
de Gaulle

Little
extra

Little Extra (groupe Auchan)







EMPORTEZ
VOS CADEAUX,
AMENEZ
VOS SOURIRES

LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

OFFREZ
UN KAL POT DE
TÉMOIGNAGES
POUR ACCROCHER
LES FACTURES

2€

Parce que
VOTRE TEMPS
est **PRÉCIEUX**

Une fois par mois



20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO/CONSO

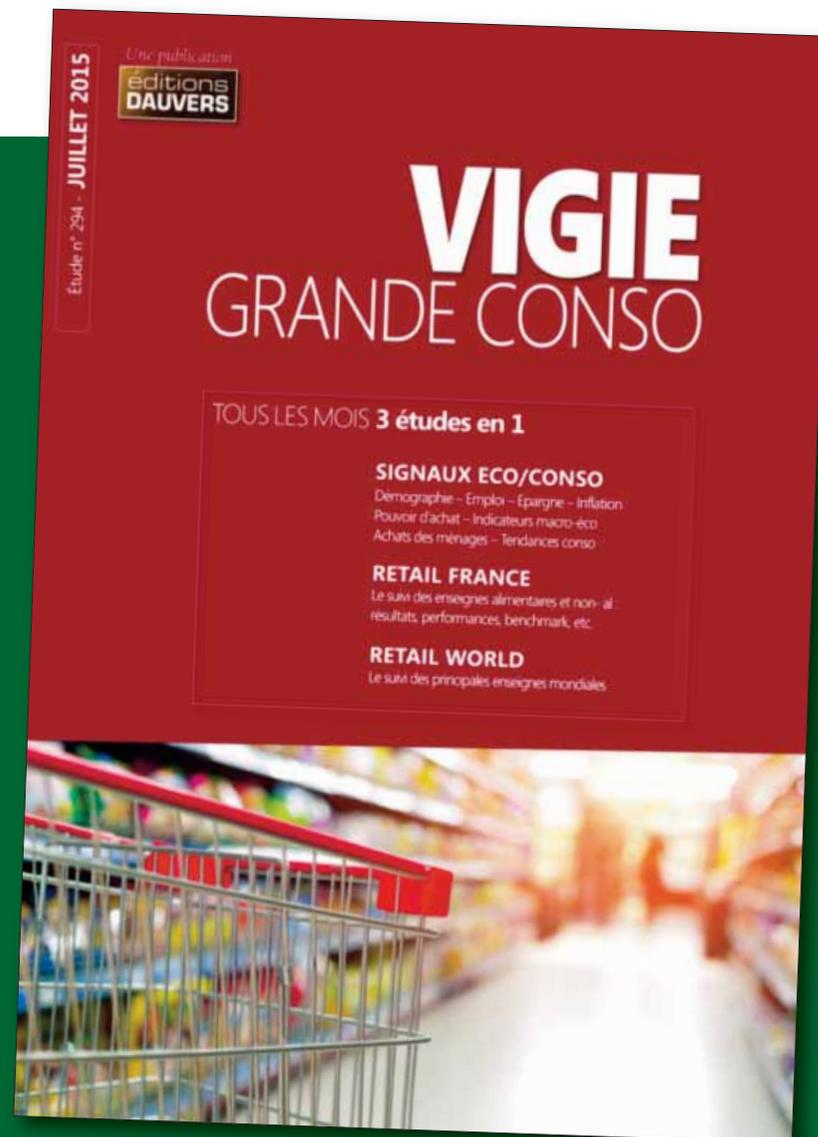
Démographie – Emploi – Epargne – Inflation
Pouvoir d'achat – Indicateurs macro-éco
Achats des ménages – Tendances conso
Etudes socio

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



DECATHLON
MEAUX

DECATHLON

magasin de **3 000 m²**
situé à 50 m de la galerie
du centre, donc utilisant
le même parking , ce qui
facilite la vie du client.
Une première ! Il dispose
de tous les derniers
concepts de
l'enseigne

Décathlon (galaxie Mulliez)

DECATHLON
MERCI DE VOTRE VISITE

3000 M²
SERVIR À TOUS LES SPORTIFS
DECATHLON
CHAUCONIN-NEUF-MORTIER
BIENVENUE





TENNIS
POSE COR

TENNIS
CONTRAT


**COMMANDEZ
SUR CETTE BORNE**

**PLUS DE COULEURS,
PLUS DE TAILLES,
D'AUTRES PRODUITS !**

1
Passez votre
commande ici.

2
Payez en caisse.

Retirez

"N'hésitez pas à demander l'aide d'un vendeur !"

Tout au long du parcours client, de nombreuses bornes tactiles permettent de passer commande en ligne. Le retrait se fait plus tard à l'entrée du magasin.

RETRAIT
COMMANDE INTERNET

PLUS DE CHOIX
CLIQUEZ & RETIREZ
COMMANDEZ EN LIGNE,
RETIREZ EN MAGASIN

1
SIMPLE

2
RAPIDE

3
GRATUIT



9 €
95

SPORTS EN HIVER
29 €
95

SPORTS EN HIVER
49 €
95

CABINES
d'ESSAYAGE

SPORTS EN HIVER
59 €
95

49 €

COURSE A PIED

6 €
95

6 €
95

TROTTINETTE

by **OXELO**

22 €
95

PREMIER PRIX
TECHNIQUE

JUNIOR

JUNIOR

JUNIOR

OXELO
DE 2 A 4 ANS
22 €
95





Multiplication
des affiches
rétroéclairées et des
écrans dans la
plupart des rayons
pour expliquer les
produits et les mettre
en situation

MASQUE SKI ET SNOWBOARD ADULTE ET ENFANT

TESTEZ LA VISIBILITÉ DES ÉCRANS EN FONCTION DE LA MÉTÉO.

BEAU TEMPS	MAUVAIS TEMPS
<p>☀️ BEAU TEMPS</p> <p>✓ Les écrans offrent une excellente visibilité en toutes circonstances.</p> <p>✗ Les écrans offrent une excellente visibilité en toutes circonstances.</p>	<p>☁️ MAUVAIS TEMPS</p> <p>✓ Les écrans offrent une excellente visibilité en toutes circonstances.</p> <p>✗ Les écrans offrent une excellente visibilité en toutes circonstances.</p>

COMMENT CHOISIR SON MASQUE DE SKI

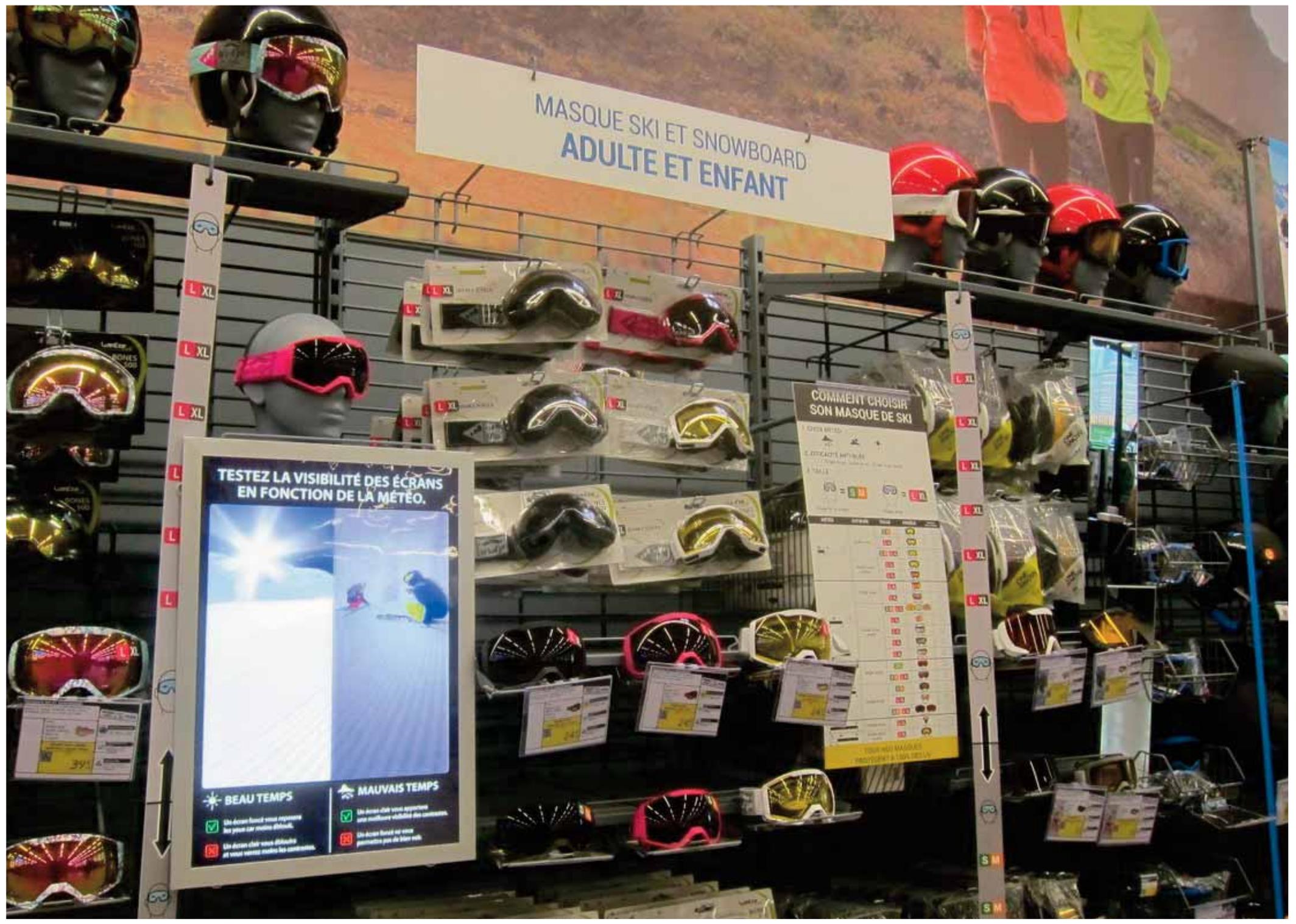
1. DÉFINIR SES BESOINS

2. LÉGISLATION APPLICABLE

3. TABLE

TYPE	NOIR	GRIS	JAUNE	ROUGE	VERT	BLEU	ORANGE	ROSE	BLANC
BEAU TEMPS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MAUVAIS TEMPS	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

TOUS NOS MASQUES PROTEGENT LA VUE ET LA RESPIRATION.





Présentation
de nombreux
produits sur
mannequins





Les semelles se montrent !









Nouvelle ligne de caisses en exclusivité à Meaux : 2 files uniques, l'une pour 2 caisses self-checkout et l'autre pour 5 caisses assistées



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