

N° 149 JUIN 2016  
TGC - Editions DAUVERS  
8 rue Nungesser et Coli - 35200 RENNES  
02 99 50 18 90 [olivier@olivierdauvers.fr](mailto:olivier@olivierdauvers.fr)

UNE PREMIÈRE SIGNATURE DE MARQUE POUR CDISCOUNT

## Cdiscount passe du prix à la valeur

**LES FAITS.** Cdiscount se dote d'une première signature de marque : "Vous êtes plus riche que vous ne le croyez".

Il va désormais falloir s'y faire. La créativité commerciale (débridée) de Cdiscount, c'est terminé ! Au placard la "Grande boucherie des prix" pour évoquer les soldes. Oubliée la tronçonneuse pour "massacrer les prix" (avec sa dose d'hémoglobine). Rangé le beauf bedonnant promettant "du lourd sur les prix". A bientôt 18 ans (ça sera en décembre), Cdiscount fait table rase d'un passé tumultueux. Et, à l'image d'un ado attardé qui met de l'ordre dans ses cheveux, apprend quelques bonnes manières et se paye un premier costume, voilà Cdiscount en quête de respectabilité. En guise de symbole, les dessins ont disparu de l'interface. Place à la photo. Moins d'agressivité donc. Comme si Cdiscount vieillissait avec ses (premiers) clients...

### Un positionnement qui en devenait trop exclusif

Ce faisant, le repositionnement de Cdiscount est riche de deux enseignements. D'abord, pour assurer leur croissance au-delà de leur

### "Vous êtes plus riche que vous ne le croyez" : première signature de marque de Cdiscount

Le 15/06/2016 à 14:43 par Amélie Nebia

J'aime 23 Tweet G+ Partager



Emmanuel Grenier, président de Cdiscount, décrypte la nouvelle et première signature de la filiale e-commerce du groupe Casino. Une campagne signée Fullsix et Voodoo soutient ce positionnement.

compagnant un positionnement plus haut de gamme, le président de Cdiscount veut faire valoir son offre de livraison intensive et ses atouts face à Amazon.

Vous annoncez une nouvelle signature de marque, "vous êtes plus riches que vous ne le croyez", qui accompagne l'évolution de votre positionnement entamée il y a quelques mois. En quoi consiste-t-elle ?

Emmanuel Grenier. Cdiscount existe depuis 18 ans et nous sommes leader depuis des années sur le non-alimentaire. Pendant longtemps nous avons tenu un discours unique : "Nous sommes toujours les moins chers". Avec l'évolution des comportements d'achat, ce discours est devenu trop restrictif. Par exemple, nous nous sommes rendu compte que nos clients ne connaissent pas tous nos produits. Par ailleurs, nous désirons toucher plus de clients - nos clients de demain -, plus de clients qui ne représentent que 45% de notre clientèle - et des acheteurs au pouvoir d'achat élevé qu'actuellement. Nous allons donc commencer à communiquer sur les prix, mais nous ajoutons un deuxième axe de communication, celui de la livraison.



Emmanuel Grenier, président de Cdiscount et François Dubouché, F & S, de la filiale Casino

**Cdiscount**  
Vous êtes plus riche que vous ne le croyez

cible initiale, toutes les enseignes se doivent d'être plus consensuelles. Si le positionnement de Cdiscount dans sa "première vie" a été très efficace, il en était néanmoins trop excluant dès lors qu'il faut élargir son spectre pour maintenir son rythme de croissance. Prenez les femmes. Sans doute rebutées par le ton de Cdiscount, elles étaient sous-représentées dans la clientèle. Tout comme les foyers à hauts revenus, sans doute moins réceptifs à l'humour de la maison. Pour mieux adresser

ces cibles, Cdiscount se devait d'arrondir les angles. C'est en cours.

### Pour le client, l'essentiel est dans la valeur des euros dépensés

Second enseignement, plus fondamental pour comprendre le paysage commercial, Cdiscount a diagnostiqué qu'il y a plus important que le prix : la valeur. Certes, le prix en est une composante majeure. Mais pas unique.

En la matière, la filiale de Casino a eu, des années durant, un discours et

une posture restrictifs. A la limite du punitif, peut-être, pourraient même diagnostiquer quelques psys e-commerce !

Or, pour le client, l'essentiel est plus que jamais dans la valeur des euros qu'il dépense. Le "moins cher" ou le "pas cher" ne sont pas une fin. En témoignent la valorisation de la consommation alimentaire, le recul régulier de la part de marché des premiers prix ou, symboliquement, la déchéance de Vêt'Affaires, le plus agressif (et de loin) des discounters textile. Non !, la quête du "pas cher" n'est qu'un moyen utilisé par les clients pour optimiser la valeur des euros dépensés.

Cdiscount ne dit désormais pas autre chose. "Vous êtes plus riche que vous ne le croyez" induit que le client en aura davantage. Précisément ce qu'il recherche : jouir plus et non dépenser moins.



## VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois, la veille commerce et conso

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



## Le Cdiscount que l'on ne verra plus...

A l'heure où Cdiscount abandonne son historique... créativité commerciale, retour sur quelques "best" (ou "worst" selon les goûts !) de la communication de l'enseigne.

**Cdiscount** N°1 du e-commerce en France 31/01/2011

# SOLDES\*

LA GRANDE BOUCHERIE  
JUSQU'À

# -95%\*\*

**DERNIÈRE CHANCE!**

Déjà plus de **500.000** ARTICLES SOLDÉS VENDUS!

Dépêchez vous... avant qu'il ne soit trop tartare !!!

\* Sur produits signalés, pendant la période de solde du 12 janvier au 15 février. \*\* Réduction de prix maximale sur une sélection d'articles.

**Cdiscount** N°1 du e-commerce en France

# INVASION DE VENTES A PERTE\*

**L'ULTIME CARNAGE!**

JUSQU'À

# -95%\*\*

**DÉPÊCHEZ VOUS ! EN AURA PAS POUR TOUT LE MONDE**

**Cdiscount** N°1 du e-commerce en France L'offre du jour: Solde Barbare ! C'est parti ! Devenez fan de Cdiscount

# SOLDES -95%\*\*

**BARBARES!**

**C'EST PARTI !**  
DES 8H DU MATIN !!!

**CLIC**

**ÇA VA ÊTRE UN CARNAGE !**

**Cdiscount** N°1 du e-commerce en France 23/09/2011

**C'EST UN MASSACRE !**

# CDISCOUNT

# TRONÇONNE LES PRIX

DANS TOUS LES MAGASINS JUSQU'À MINUIT

Sur produits signalés par ce drapeau **VENTE FLASH**

**Cdiscount** N°1 du e-commerce en France Offre du jour: Vente flash sanglante ! Devenez fan de Cdiscount

# VENTE FLASH\*

**SANGLANTE**

JUSQU'À MINUIT  
DANS TOUS LES MAGASINS

Sur produits signalés par ce drapeau **VENTE FLASH**

# LES PRIX VONT SAIGNER !

**LE MASSACRE DE LA SAINTE-BERNADETTE!**

JUSQU'À MINUIT!

-60%

-70%

-30%

On réduit les prix **EN BOUILLIE !**