

L'actu drive

p. 3

Spécial



p. 13

Datas drive

p. 23

L'offre drive

vu par **nielsen** p. 29



- Des visuels produits adaptés au e-commerce...p.3
- Casino Drive avitaille les yachts.....p.4
- Les BRI Leclerc en ligne.....p.8
- Cora se pointe en ville.....p.10



n°15



World Wide Drive

p. 32

La catégorie

Le Bio

p. 39



Les tranches de vie commerciale

p. 46

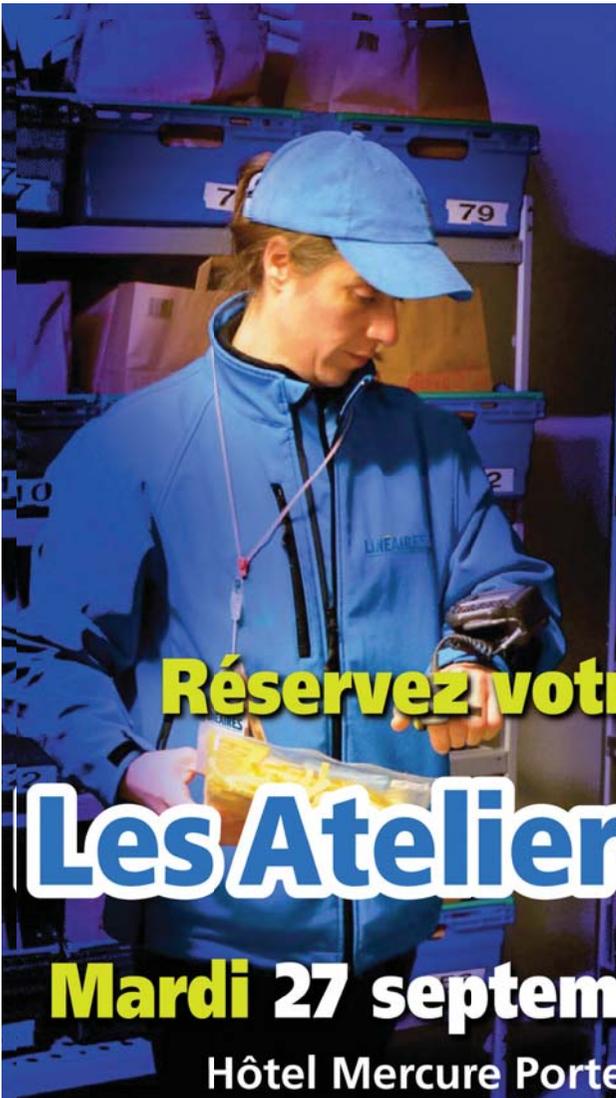


Une publication



d'après des données





En partenariat avec :

Texabri

PRICER
SHAPING SMART RETAIL



Réservez votre place pour

Les Ateliers du Drive

Mardi 27 septembre 2016 - Paris

Hôtel Mercure Porte de Versailles Expo

Au programme de la journée:

- La stratégie drive de **Carrefour**
Le projet d'entrepôt automatisé, le pricing, le site marchand
- **Amazon** et l'alimentaire: un concurrent enfin crédible?
L'offre, les prix, la marketplace
- Le drive est-il soluble **en milieu urbain**?
Le drive piéton, les points de retrait, la livraison 2.0
- Les drives et la **promo**
Un enjeu majeur pour 2017, la bonne théâtralisation des NIP
- La **personnalisation** enfin au rendez-vous?
Les dernières bonnes pratiques, les solutions disponibles
- Le **Qualiscope** des drives
Les sites des enseignes passés au crible
- Le retour **des robots**
Les nouvelles solutions d'automatisation testées par les enseignes

Plus de renseignements sur

www.lineaires.com

Contactez-nous pour recevoir le programme définitif des Ateliers du Drive 2016

Mail: ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr

Téléphone: **02 99 32 21 21**

L'actu drive

> EN CHIFFRE

20%

Tel était le poids qu'aurait dû atteindre le e-commerce sur les ventes de PGC-FLS à l'horizon 2010, selon une enquête réalisée auprès de 300 distributeurs en 1997 au CIES World Forum. En 2016, selon Nielsen, la part de marché du online alimentaire est de 4,3 % en France et de 6,2 % en UK, le pays européen le plus en avance sur la question.

> MONOPRIX REVENDIQUE LE CLICK&COLLECT ALIMENTAIRE

Depuis la refonte de son interface web il y a quelques mois, Monoprix utilise une nouvelle terminologie pour parler de son service de retrait des courses. Exit le néologisme "Click&Go" utilisé jusqu'à lors ou l'antinomique "drive piéton" que l'enseigne avait même largement revendiqué dans le cadre d'un spot de pub en novembre 2014. Désormais, Monoprix emploie l'anglicisme "click and collect" usité outre-Manche pour évoquer le concept du "drive" à la française et jusque-là réservé dans l'Hexagone pour le retrait en magasin d'articles non-alimentaires. Jouant justement sur les deux tableaux, alimentaire (les "courses" dans le jargon Monop) et non-al (la "mode"), Monoprix décline le service click and collect sur ces deux marchés. Un choix somme toute logique, tant l'implantation des magasins en centre-ville que la large majorité de clients piétons ne justifiaient pas vraiment l'usage du mot "drive".



> TABLEAU DE BORD

• LE PARC DRIVE

3839 sites
+ 212 depuis le 1^{er} janvier

• L'OFFRE MOYENNE

11050 réf.
+ 463 depuis le 1^{er} janvier

• POIDS DES MDD

32,6 % de l'offre

Source : Sept. 2016

Mois après mois, l'assortiment moyen progresse sensiblement. Si Cora a "raborté" son offre de 200 réfs, d'autres l'étoffent : Match (+ 723 réfs en août), Casino (+ 708 réfs) ou encore Monoprix (+ 388 réfs).

Texabri

VOTRE AUVENT DRIVE

Une solution robuste & économique

Entièrement personnalisable

ÉTUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

Par téléphone
04 74 78 03 87

Par internet
www.texabri.com



> DES VISUELS DE PACKAGINGS CONÇUS POUR LE SHOPPING À L'ÉCRAN

La nécessité d'afficher des visuels produits adaptés au e-commerce fait son chemin. De plus en plus de marques de PGC disposent désormais d'images épurées de leurs produits. Le plus souvent, les informations essentielles sont mises en avant à côté du packaging proprement dit, dans des blocs de couleurs. Et, ce, pour faciliter la lisibilité de l'offre et clarifier la segmentation au sein d'une même gamme. Unilever est le plus en pointe avec ses signatures Cajoline, Monsavon, Axe, Signal, Dove, Domestos, Skip et Sun. Procter & Gamble s'y est mis sur Pampers. Enfin, Herta distingue clairement ses différentes pâtes à tarte (Trésor de Grand Mère et Tarte en Or), ce type de produit étant très désavantagé à l'écran par sa forme.



20 ANS D'EXPERTISE
POUR VOUS ACCOMPAGNER

 CTS
NV65
Eurocodes

Une sécurité
sans compromis



 Garantie
10 ans



ÉTUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

 Par téléphone
04 74 78 03 87

 Par internet
www.texabri.com

L'actu drive



> CHRONODRIVE S'AFFICHE



Seul "pure player" du circuit drive, Chronodrive est bien obligé de parler fort pour se faire entendre au milieu du brouhaha ambiant. D'où le recours, notamment, à ces panneaux 4x3 où l'enseigne met en avant ses offres promotionnelles les plus "hards".

#5

VOTRE AUVENT DRIVE

Une solution robuste & économique

Entièrement personnalisable

ÉTUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

Par téléphone
04 74 78 03 87

Par internet
www.texabri.com

L'actu drive



Septembre 2016

#6

> CASINO DRIVE SE JETTE À L'EAU



ME CONNECTER / CRÉER MON COMPTE PORT ST LAURENT DU VAR CHANGER DE DRIVE

Casino drive.fr Mes commandes Mes listes Bio-notes Mes produits achetés RECHER

BOUTIQUES ET PROMOTIONS Produits Bio Par 3, par 6, j'économise Le marché Viandes et poissons Produits Laitiers Charcuterie Traiteur Surgelés Épicerie Salée Épicerie Sucrée

1. VOS COURSES EN LIGNE !
1. ONLINE SHOPPING

2. CHOIX DU CRÉNEAU HORAIRE
2. SELECT YOUR DELIVERY SLOT

3. LIVRAISON AU PORT !
3. DELIVERY TO YOUR MOORING AT THE PORT

Champagnes - Rosés

Alcool - Cocktail

Eaux - Sodas

Solaire - Soins

Piles - Insecticides

NOTRE SÉLECTION

G.H.MUMM Le millésimé - Champagne - Brut - 2006 - Alc. 12% vol. 75cl 47,11€/L	VEUVE CLICQUOT Chamoagne - Brut - Alc. 12% vol. 75cl 45,32€/L	PIPER HEIDSIECK Champagne - Rosé sauvage - Alc. 12% vol. 75cl 44,90€/L	SAN PELLEGRINO Eau minérale naturelle - Gazouise 6x1l 0,55€/L
35,78€	33,99€	33,72€	3,30€

Casino on BOARD AVITAILLEMENT DE VOTRE BATEAU

SÉLECTIONNEZ VOTRE PORT :

- 04 - ALPES-MARTIMES
 - PORT VAUHAN ANTIBES
 - PORT VAUHAN-BIÈRE ANTIBES
- PORT DE CANNES
- PORT DE MANDELIÈRE
- PORT ST LAURENT DU VAR

Non il ne s'agit pas d'aller retirer ses courses en bateau... Cinq hypers Géant Casino de la côte méditerranéenne se servent de leur drive pour livrer les plaisanciers directement à bord (l'avitaillement en jargon nautique) dans les 14 ports répertoriés par le service "Casino on board" (casino-onboard.com).

20 ANS D'EXPERTISE POUR VOUS ACCOMPAGNER

CTS
NV65
Eurocodes

Une sécurité sans compromis

Garantie 10 ans

ÉTUDE GRATUITE DE VOTRE PROJET

Par téléphone
04 74 78 03 87

Par internet
www.texabri.com

> COMMENT INTERMARCHÉ VALORISE EN MAGASINS LES AVIS DE SES CLIENTS DRIVE



Les Mousquetaires rentabilisent la collecte d'avis clients sur leur site drive en affichant dans les linéaires des magasins quelques notes et commentaires relatifs à des produits issus des propres usines du groupement. Les notes de moins de 5 étoiles et les avis négatifs n'ont évidemment pas leur place sur ces ILV !

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



Septembre 2016

#8

> LES BONS DE RÉDUCTION DE LECLERC (1/2)



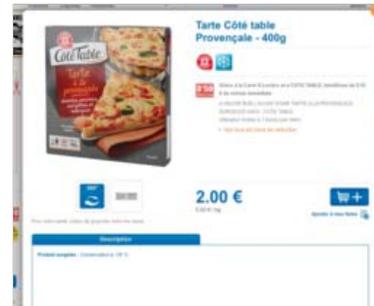
Depuis quelques semaines, Leclercdrive propose aux e-shoppers des bons de réduction immédiate, uniquement disponibles sur le site de l'enseigne. Les produits bénéficiant d'un BRI sont rassemblés dans un onglet spécifique de la barre de menu. L'enseigne a fait le choix de réserver ces réductions aux clients porteurs de la carte de fidélité.



Une trentaine de produits (MDD pour l'essentiel) sont porteurs d'un BRI. Disponibles via un onglet spécial.



Le passage du pointeur de la souris sur le picto rouge en forme de bon de réduction fait apparaître le détail de la promo.



Certains produits peuvent porter plusieurs mécaniques, comme ici un BRI et un ticket Leclerc de 25 %. Leclerc limite cependant les BRI à un bon par client.

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



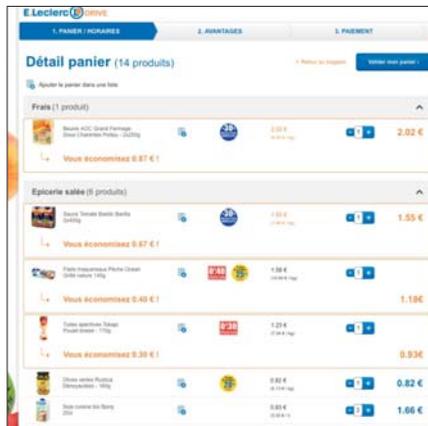
Septembre 2016

#9

> LES BONS DE RÉDUCTION DE LECLERC (2/2)



L'utilisation du bon de réduction étant **limitée à 1 par client**, le picto rouge s'éclaircit dès lors que le produit est placé dans le panier.



Dans le détail du panier, les BRI apparaissent **au même titre que les autres promotions** (tickets Leclerc ou réductions immédiates). Le bénéfice pour le client est clairement mentionné comme ici pour les tuiles Tokapi avec 0,30 € économisés.

**POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT**



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



Septembre 2016

#10

> CORA DRIVE SE POINTE EN VILLE (1/2)

coradrive.fr

A Metz, les 4 hypers Cora se sont unis pour ouvrir en centre-ville un espace baptisé "Cora en ville". Une première initiative sur le terrain de la proximité pour une enseigne dédiée au grand hyper. "Cora en ville" se veut un point de retrait piéton pour les commandes drive. Celles-ci peuvent être passées depuis chez soi (coradrive.fr/metzcentreville) ou sur place, des ordinateurs étant à mis à disposition du public. La livraison à domicile est également proposée.



Source : Inui Studio

**POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT**



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



Septembre 2016

#11

> CORA DRIVE SE POINTE EN VILLE (2/2)

coradrive.fr

Cet espace "connecté et convivial", au design résolument moderne, est animé par une équipe de conseillers. Plutôt que des casiers impersonnels, Cora a privilégié le contact humain. En plus de la mise à disposition des courses drives, ces conseillers ont une fonction assez proche des hôtesses d'accueil en hyper : carte de fidélité, billetterie, financement, services spécifiques aux professionnels... Bientôt l'espace Cora en ville deviendra un point relais Kiala où il sera possible de venir retirer ses colis entre 10 h et 20 h.



**POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT**



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

Spécial



- > **CARREFOUR SE MET AU DRIVE 2.0 AVEC SON CHANTIER PPC**..... 13
- > **UNE NOUVELLE INTERFACE WEB ÉPURÉE**..... 14
- > **AVANT/APRÈS : L'APPLI CARREFOUR DRIVE EN UN COUP D'OEIL**..... 15
- > **9 CARREFOUR DRIVE DISPOSENT D'UN SERVICE LIVRAISON**..... 17
- > **UN DEUXIÈME ÉTÉ AU CAMPING**..... 18
- > **HÔPITAUX, BUREAUX, ETC. : LE CHAMPS D'ACTION DU DRIVE S'ÉLARGIT**.... 19
- > **INSOLITE : À MORZINE, CARREFOUR DRIVE TAPE L'INCRUSTE CHEZ CASINO**..... 20
- > **LA CHASSE AUX ADBLOCKERS**..... 21

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

> CARREFOUR SE MET AU DRIVE 2.0 AVEC SON CHANTIER PPC

Cet ancien entrepôt Dia à St-Quentin-Fallavier (69) symbolise rien moins que la révolution du drive chez Carrefour ! Il s'agit de la première plateforme de préparation de commandes (PPC en jargon maison, concept déjà évoqué dans Mag Drive #11 sous le nom "L'Usine à bacs"). Autrement dit, Carrefour initie une organisation en étoile où un entrepôt central prépare les commandes drive de plusieurs points de retrait environnants, hypers, supers, voire même

magasins de proximité. Les 23 000 m² de St-Quentin-Fallavier ont ainsi vocation à alimenter des magasins de la région lyonnaise. Le premier hyper à avoir été branché sur la PPC (et donc à ne plus préparer en store picking est celui de Givors. D'autres suivront rapidement. Si cette organisation PPC remplit ses objectifs, Carrefour la dupliquera ailleurs, notamment à Paris. Le groupe ne peut en effet se satisfaire de ses performances drive actuelles.



Source : LeDauphine.com

Contrainte de ce nouveau système nécessitant des navettes entre l'entrepôt et les points de retrait sur des distances non négligeables (33 km avec le magasin de Givors), le client de Carrefour Drive qui veut récupérer ses courses à Givors le matin entre 8h30 et 10h doit passer commande la veille avant minuit. De même, entre minuit et 10 h pour un retrait à partir de 13h30 et avant 14 h pour un retrait à partir de 18h.



Comment réaliser
plus de picks
par heure ?

Grace à un environnement de travail avec
des flux optimisés, les déplacements inutiles
sont épargnés.



> UNE NOUVELLE INTERFACE WEB ÉPURÉE

Fin juillet, le site olivierdauvers.fr a dévoilé en avant-première un nouveau test de refonte de l'interface web de Carrefour Drive. En 2014, une précédente tentative n'avait pas porté ses fruits. Il y avait urgence pour Carrefour à refaire son site tant la version actuelle avait vieilli et n'était sans doute pas étrangère aux performances médiocres de l'enseigne sur ce circuit. La nouvelle interface testée se veut très épurée, dans la tendance actuelle du "flat design" déjà suivie pour le site portail Carrefour.fr.

Nouveau logo
Carrefour Drive



3 Le design de cette nouvelle interface est "responsive". Il s'adapte à la taille de l'écran utilisé. De 6 produits en largeur sur un grand écran, à 2 sur un smartphone.

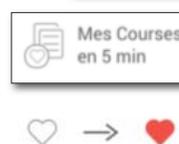


4 Lors de la saisie d'un mot clé dans la barre de recherche, les produits suggérés peuvent être ajoutés directement au panier.

1 Après avoir envisagé lors du test de 2014 de passer sa barre de menu à l'horizontale, Carrefour Drive conserve la disposition verticale. Débarrassé des pictos de la version actuelle, le menu est épuré. A l'exception des promotions, les rubriques transversales (nouveautés, MDD, terroir...) ont disparu.



2 Si le "panier express" basé sur des listes pense-bête a disparu, Carrefour propose une liste de favoris sous l'intitulé "Mes courses en 5 min". Celle-ci s'incrémente en cliquant sur les pictos coeur situés sur chaque vignette produit.



Avant



Après



5 Principal changement au niveau de la vignette produit: l'importance accordée au visuel. De plus, son contenu a été simplifié.

Que faire pour doubler les cadences ?

Avec les installations Bito, vos collaborateurs jouissent d'une meilleure ergonomie au travail.

BITO
...tu comment ataches vous ?



Septembre 2016

#15

> AVANT/APRÈS : L'APPLI CARREFOUR DRIVE EN UN COUP D'OEIL (1/2)



AVANT

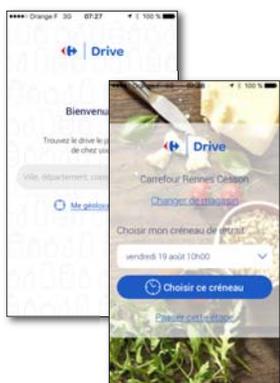


L'accueil

La navigation



APRÈS



Quels moyens permettent de limiter les effectifs ?

Nous pensons aussi à votre rentabilité et la satisfaction de vos clients.



> AVANT/APRÈS : L'APPLI CARREFOUR DRIVE EN UN COUP D'OEIL (2/2)



AVANT



La fiche produit

Le panier



APRÈS



Vous posez les bonnes questions.

Nous avons les réponses.

Notre équipe de professionnels est à votre service. Travailler sérieusement sans se prendre trop au sérieux.



vos-reponses@bito.fr
01 72 84 90 20
fr.bito.com





Septembre 2016

#17

> 9 CARREFOUR DRIVE DISPOSENT D'UN SERVICE DE LIVRAISON

Initié au magasin de Nantes St-Herblain, le principe d'une livraison à domicile après une commande sur le site drive (et non Ooshop) a été étendu à 7 autres hypermarchés : 2 en Normandie, 2 à Reims, celui de Thionville, celui de Toulouse Labège et enfin le Carrefour du Mans. Ce à quoi s'ajoute le drive solo de Morzine (cf. p. 20). Les drives délèguent la livraison à des spécialistes comme Star's Service et Warning. Au Mans, un test est en cours avec La Poste. Si la quasi-totalité s'engagent sur une livraison "express" dans les 4 h pour un coût de 19,90 €HT, Nantes-St Herblain se distingue avec un délai de 3 h et un coût abaissé à 14,90 €HT.



Nouveau service livraison express ! DÉCOUVREZ ➔

LIVRAISON EXPRESS 4H

Découvrez la livraison express
 Vos produits livrés chez vous en 4H !

Nos engagements service

- Pas de minimum de commande
- Votre commande préparée par nos experts
- Un prix unique de 19,90€

* Hors panier et hors offre de certains magasins

Faites le service !

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT

↓

nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



Septembre 2016

#18

> UN DEUXIÈME ÉTÉ AU CAMPING

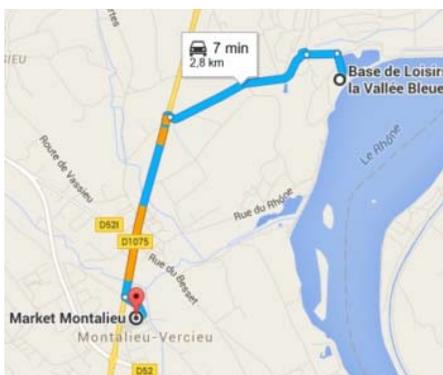
Après une tentative guère concluante l'an dernier (test dans Mag Drive #11), Carrefour a une nouvelle fois proposé son service drive dans des campings durant l'été. Dans l'Isère, le Market de Montalieu livrait ainsi le camping de la vallée bleue deux fois par semaine : le lundi et le vendredi, de 17 à 19h. Dans le Gard, le Market de Saint Ambroix desservait lui 4 campings 2 jours par semaine (samedi et mercredi) selon le principe d'une tournée au vu des horaires : Domaine Le Clos des Capitelles (14h), La Buisnière (15h30), Par en Ciel (17h30) et L'Orée des Cévennes (18h30). Pas une petite tournée à en croire Google Map ! Signe que, dès lors qu'il s'agit de grappiller quelques points de chiffre d'affaires, les enseignes sont prêtes à beaucoup d'efforts...



market 30 - SAINT AMBROIX

dessert

- market 30 - CAMPING L'OREE DES CEVENNES
- market 30 - CAMPING PARC EN CIEL
- market 30 - CAMPING LA BUISNIERE
- market 30 - DOMAINE LE CLOS DE CAPITELLES



market 38 - MONTALIEU VERCIEU

dessert

- market 38 - CAMPING DE LA VALLEE BLEUE



Carrefour n'est pas le seul distributeur à avoir jeté son dévolu sur les campings. Sous l'enseigne Spar, le groupe Casino a organisé cet été un service de livraison de commandes dans une cinquantaine de campings du Sud-Est de la France. Le distributeur est allé jusqu'à installer des bornes de commandes sur place, en proposant le paiement à la livraison.

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



Septembre 2016

#19

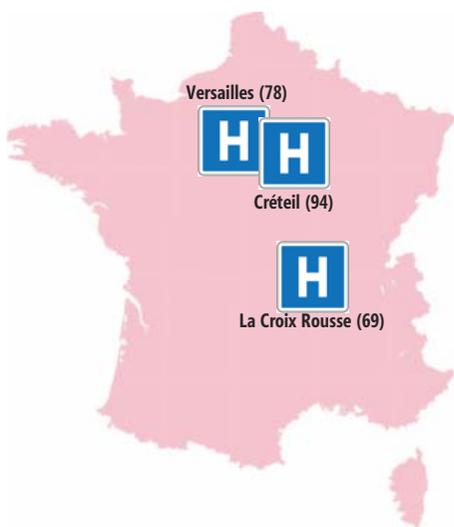
> HÔPITAUX, BUREAUX, ETC. : LE CHAMPS D'ACTION DU DRIVE S'ÉLARGIT



A l'image de ses initiatives estivales dans des campings, Carrefour étend son réseau de points de retrait au delà de ses magasins. Objectif : apporter le service en zones de forte densité de population ou de flux. Tel est le cas du siège même du groupe à Massy où les collaborateurs peuvent retirer leur commande sur le parking, les mardi et vendredi entre 16h et 20h. Carrefour Drive est également présent dans 3 hôpitaux : Versailles (78), Créteil (94) et La Croix Rousse (69). Pour l'occasion, l'enseigne s'est associée avec la structure

Happytal spécialisée dans les services aux patients des hôpitaux. A La Croix Rousse, les commandes peuvent être retirées les mardi et jeudi entre 17h30 et 20h30 auprès d'un camion venu du drive solo d'Ecully. Quant aux centres hospitaliers de Versailles et Créteil, ils sont approvisionnés respectivement le mardi et le vendredi, de 16h à 20h, en direct du drive solo de Ste-Geneviève des Bois. Nul doute que ces initiatives de point de retrait déporté ou "drive privé" essaieront à la faveur du projet PPC (cf. page 13).

• Le drive en milieu hospitalier



happydrive
débarque à l'hôpital!

- 1 Connectez-vous sur <http://www.happytal.com/happydrive/chu-lyon-cro>
- 2 Choisissez vos produits parmi plus de 10 800 références
- 3 Sélectionnez le créneau de votre choix :
Mardi et jeudi de 17h30 à 20h30
- 4 Récupérez vos courses au camion stationné sur le parking entre le bâtiment R et le réfectoire

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



Septembre 2016

#20

> INSOLITE : À MORZINE (74), CARREFOUR DRIVE TAPE L'INCRUSTE CHEZ CASINO

À Morzine, en Haute-Savoie, le point de retrait du Carrefour Drive se trouve sur le parking d'une enseigne concurrente, Casino Shop, l'auvent du drive jouxtant même le bâtiment de la supérette ! En zone de montagne, les emplacements commerciaux sont parfois limités... surtout sur les axes les plus porteurs comme ici la route de La Plagne. Le Carrefour Drive de Morzine est un petit "solo" proposant seulement 3 953 références (vs. 9 831 en moyenne) avec

un entrepôt dédié pour une partie de l'offre et un complément au magasin Carrefour Market situé dans le centre de Morzine, à 1 km de distance. Outre son emplacement, le Carrefour Drive de Morzine se distingue des autres drives de l'enseigne par sa politique tarifaire. Il facture en effet 1 € de frais de préparation pour les commandes inférieures à 80 €.



Source : Cas202duMaine

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

> LA CHASSE AUX ADBLOCKERS

L'interface web de Carrefour Drive a quelques soucis avec les Adblockers, ces logiciels bloquant l'affichage des publicités sur les sites web (bannières, liens sponsorisés...). Ce faisant, l'enseigne encourage les internautes à désactiver ces modules incorporés aux navigateurs afin de "profiter de l'ensemble des promotions". Ironie de la situation, cette annonce est justement faite sur une bannière dans le slider promo situé en haut de la page d'accueil. Concrètement, les promotions "maison" ne sont pas affectées contrairement aux publicités de marques. L'habillage promo des gouttières latérales passe également à la trappe. Une déperdition non négligeable qui ne doit pas être du goût des grandes signatures de PGC désormais habituées à communiquer sur les sites de e-commerce.



AVEC Adblocker



SANS Adblocker



POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

ÉTUDE EXCLUSIVE

Générosité **Relation-client** **Réactivité**

L'Observatoire du traitement des réclamations clients de 175 marques de PGC/FLS

RÉCLAMOSCOPE

175 marques ciblées

une étude de 140 pages

2 courriers de réclamation envoyés à chacune

+ les pdf des 300 courriers de marques reçus

2016 éditions DAUVERS

Dans cette nouvelle étude "benchmark" des Editions Dauvers, **175 marques ont fait l'objet de "réclamations mystères" par courrier**. Comment ont-elles réagi ? Dans quel délai ? Sur quel ton ? Ont-elles fait preuve d'empathie ? Y-a-t-il dédommagement ? Pour quel montant en moyenne ?... **Autant de questions auxquelles répond cette étude abondamment illustrée.**

Tarif : 1 290 €HT - Renseignements et extraits : Jean-Philippe Gallet
jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr - 06 76 25 01 16

RÉCLAMOSCOPE CONTEXTE DE L'ÉTUDE

• Courriers de réclamation

De l'état d'un produit à l'état d'un service, de l'état d'un produit à l'état d'un service, de l'état d'un produit à l'état d'un service...

Chiffres clés : 262 courriers reçus, 52% de courriers gratuits, 7% en "nature", 48% en "numéraire".

RÉCLAMOSCOPE L'ÉTUDE EN UN COUP D'ŒIL

Générosité : 3 compte un dédommagement pour un montant moyen de 3,52 €

Réactivité : Le délai moyen est de 10 jours ouvrés

Relation-client : 50% des courriers sont des courriers personnalisés, 67% des courriers demandent une certaine empathie

Statistique : 39% des cas, les marques demandent un complément d'informations, 35% des marques ont fait preuve d'empathie, 17% des cas, les marques font preuve d'humilité

RÉCLAMOSCOPE GÉNÉROSITÉ DES MARQUES

• Chiffres clés - "en numéraire"

Sur 262 courriers reçus, 52% ont été traités gratuitement

7% en "nature", 48% en "numéraire"

RÉCLAMOSCOPE GÉNÉROSITÉ DES MARQUES

• Chiffres clés - "en numéraire"

Niveau moyen de générosité constaté sur l'ensemble des marques ayant répondu des 262

3,52 €

RÉCLAMOSCOPE GÉNÉROSITÉ DES MARQUES

• Pampers ne mérite pas

8 000 de 10,00 €

Chaque parent qui a utilisé Pampers sait que son bébé est protégé et confortable. C'est pourquoi, nous avons décidé de lui offrir un cadeau spécial : un panier plein de douceur gratuit !

RÉCLAMOSCOPE GÉNÉROSITÉ DES MARQUES

• Bardinet : punchy les dédommagements

Chiffres clés : 10 € de dédommagement

Datas Drive



- > EN QUÊTE DE RENTABILITÉ, **CHRONODRIVE RELÂCHE SES PRIX**.....24
- > **AMAZON PRIME NOW ARRIVE AVEC UN POSITIONNEMENT PRIX AGRESSIF**.....25
- > **LE POIDS RELATIF DU DRIVE DANS CHAQUE ENSEIGNE**26
- > **LA QUALITÉ DES SITES MESURÉE PAR NETVIGIE**27



KNAPP
knapp.com

KNAPP Drive
l'automatisation
au service
du client

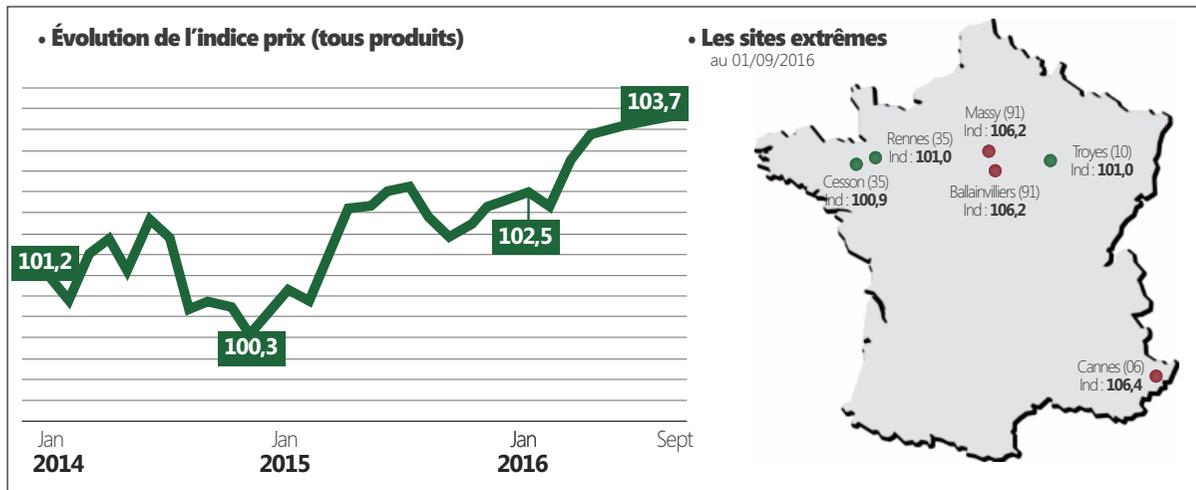
KNAPP France
23, rue de la Maison Rouge
77185 Lognes, France
Tel: +33(0)1 64 73 53 47
sales.fr@knapp.com

Datas drive

> EN QUÊTE DE RENTABILITÉ, CHRONODRIVE RELÂCHE SES PRIX

chronodrive

L'indice prix de Chronodrive est actuellement en forte hausse. A 103,7 début septembre (DISTRIPRIX), il est même à son plus haut niveau historique. Normal ! L'enseigne doit absolument atteindre la rentabilité.



Source : DISTRIPRIX (A3 Distrib / Ed. dauvers)

> L'an dernier, Chronodrive a réalisé un chiffre d'affaires de 453 M€ d'euros, en modeste hausse de 1 % alors que le circuit progressait de 18 %. Explication : après analyse du parc, l'enseigne du groupe Auchan a fermé 14 sites durablement non rentables.

> **La rentabilité est en effet le problème n° 1 de Chronodrive. Même si cela n'est pas public, des sources concordantes laissent à imaginer que Chronodrive est fortement déficitaire. En cause : non adossé à un hyper (et ne pouvant mutualiser certaines charges : compta, RH, marketing,...), Chronodrive a une structure de coûts trop lourde.**

> Après la rationalisation du parc l'an dernier, Chronodrive active à présent un autre levier pour atteindre la rentabilité : les prix. Selon l'étude DISTRIPRIX (A3 Distrib / Ed. Dauvers), les derniers mois se sont soldés par une nette hausse de l'indice de l'enseigne. **Début septembre, Chronodrive a même atteint son plus haut niveau historique : 103,7.** Ce qui représente par exemple 3,4 pts de plus qu'il y a 20 mois.

> Illustration très concrète de la non compétitivité de l'enseigne : à Rennes, où Chronodrive exploite ses 2 sites les plus performants en prix, l'enseigne ne pointe pourtant qu'en 26^e et 27^e positions sur les 30 drives de l'agglomération. A 10 % du meilleur. Alors qu'il s'agit pourtant des meilleurs Chrono ! Aucun doute donc : Chronodrive relâche.





Datas drive

> AMAZON PRIME NOW ARRIVE AVEC UN POSITIONNEMENT PRIX AGRESSIF

• Indice prix de Prime Now



• Écarts vs concurrents (non exhaustif)

MONOPRIX

- 17,9%

amazon

- 3,5%

Intermarché

- 2,3%

Auchan

- 1,9%

E.Leclerc

+ 4,5%

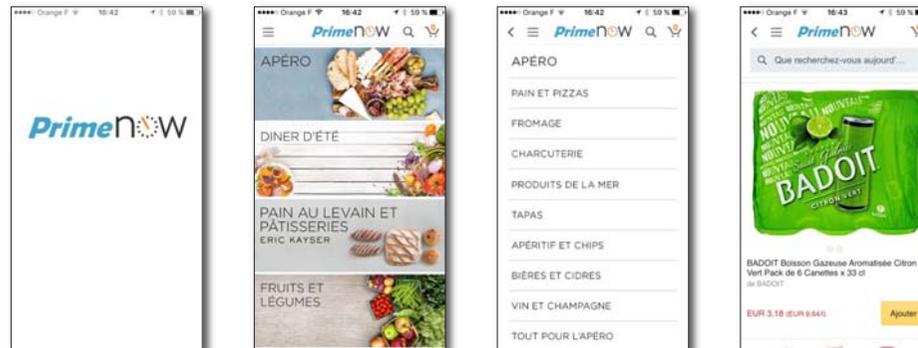
Juste avant l'été, l'arrivée d'Amazon Prime Now à Paris (à ne pas confondre avec Amazon épicerie initié en septembre 2015) a fait couler beaucoup d'encre. Il s'agit d'un service de livraison alimentaire express, en 1h ou 2h, sur Paris et la petite couronne. Pour l'heure, les commandes se font uniquement via l'application dédiée sur smartphone. Réservé aux clients « Premium » (les abonnés en jargon Amazon), le service est gratuit pour les livraisons en 2h, facturé 5,90 € pour la livraison dans l'heure.

> A date, Amazon Prime Now propose **3 814 produits alimentaires** selon les pointages d'A3 Distrib. Sur cette offre, l'Américain est à l'indice 97,2, soit 2,8 pts en deçà de la moyenne du marché... français (sur la base des prix drive) alors qu'il n'est présent qu'en région parisienne. C'est dire si les prix Amazon sont compétitifs !

> Comparé à Monoprix, son concurrent le plus frontal à la fois par l'implantation parisienne et par la typologie de clients, Amazon est 18 % moins cher !

> Ceux qui doutent des prix Amazon Prime Now (en clair du respect du seuil de revente à perte) pointent aussi l'écart de tarif entre le service Prime Now et l'offre classique Amazon épicerie. Alors que Prime Now est autrement plus performant (par sa rapidité de livraison), ses prix sont pourtant 3,5 % plus bas. Forcément étonnant.

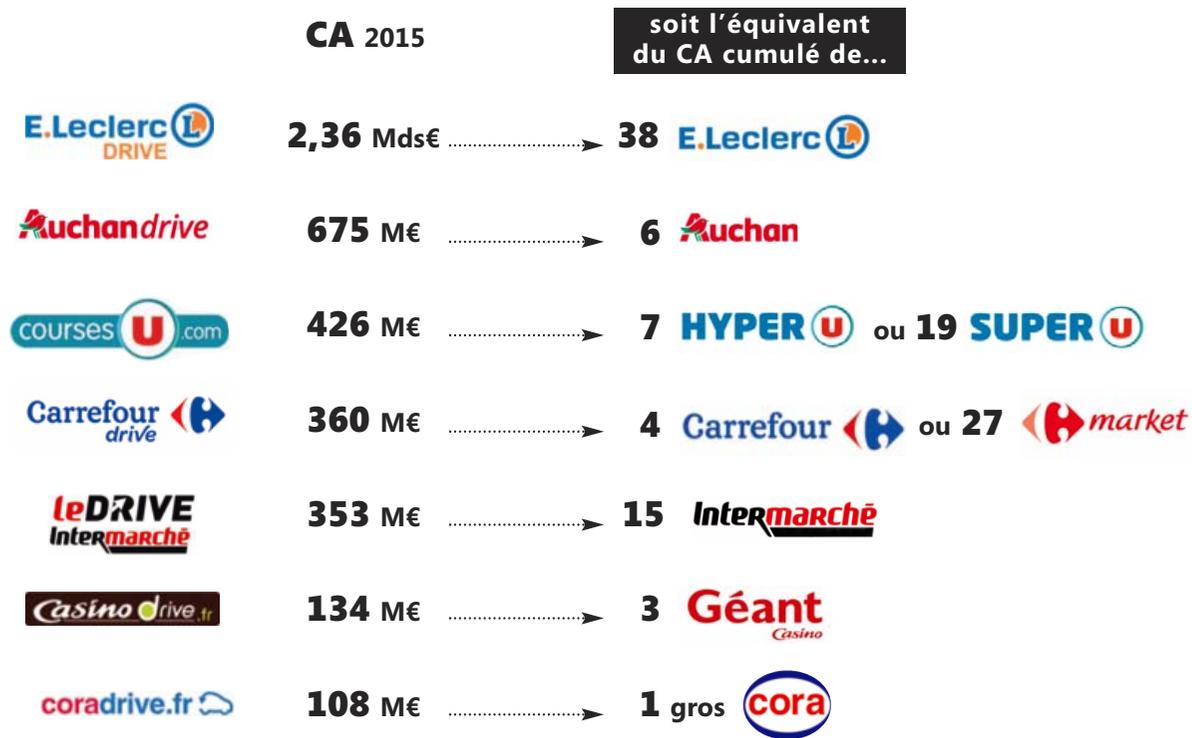
> Même Auchan et Intermarché – sur la foi de leurs indices de prix nationaux – ne parviennent pas à suivre le rythme imposé par Amazon Prime Now. Seul Leclerc maintient l'Américain à distance. Amazon Prime Now est 4,5 % plus cher.



Datas drive

> LE POIDS RELATIF DU DRIVE DANS CHAQUE ENSEIGNE

Toutes choses étant relatives, une autre façon de prendre conscience de ce que pèse réellement le drive dans chaque groupe de distribution est de ramener son CA (sur la base 2015), au nombre de magasins de l'enseigne considérée, hyper ou super, cumulant un niveau d'activité semblable. Chez Leclerc, le drive équivaut au business de 38 hypers. A l'opposé, chez Cora, celui-ci pèse aussi lourd qu'un gros magasin de l'enseigne.



Source : Editions Dauvers - Store Chart France





Datas drive

La qualité des sites mesurée par netvigie

Datas du 16 juin au 16 juillet 2016 - ces mesures concernent un scénario utilisateur simulant une mise au panier.

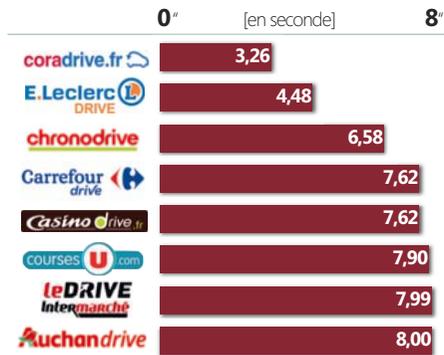
La disponibilité

	Taux de disponibilité*	ANOMALIES	
		Nombre	Durée moyenne
coradrive.fr	100 %	0	00m00
LeDRIVE Inter mar che	100 %	1	01m16
chronodrive	99,76 %	3	35m06
E.Leclerc DRIVE	99,37 %	7	40m18
courses U.com	99,14 %	6	64m15
Casino drive.fr	99,01 %	29	15m14
Auchandrive	98,68 %	12	48m57
Carrefour drive	98,21 %	26	30m42

*bon fonctionnement

L'expérience utilisateur

Temps de chargement ressenti utilisateur

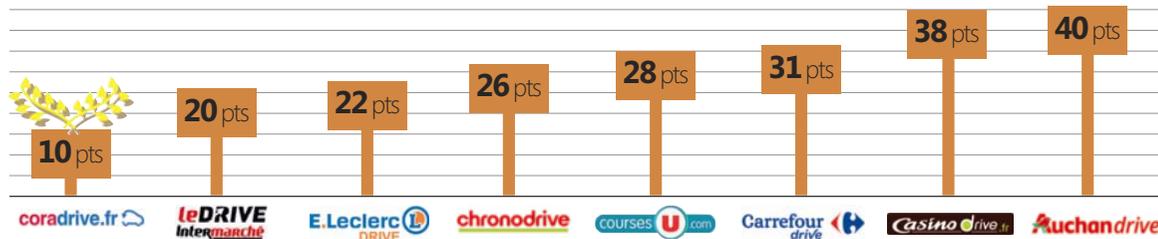


NETVIGIE, spécialiste en solutions de monitoring web, accompagne les entreprises dans la surveillance et l'analyse du bon fonctionnement et de la performance de leur site internet. Forte de 12 années d'expérience, la société intervient auprès de toute entreprise ayant une activité stratégique sur le web, que son but soit d'atteindre ses objectifs marketing ou de garantir son image de marque.

Plus d'info : www.netvigie.com

La performance globale

L'ensemble des paramètres analysés par Netvigie (taux de disponibilité, nombre d'anomalies, durée des anomalies, temps ressenti utilisateur, performance côté architecture, temps de chargement total...) 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 basse correspondant au site ayant les meilleurs indicateurs.**



POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.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



Version papier

1 brochure/mois par courrier



Version électronique

1 fichier PDF/mois par mail

Informations et souscription :
jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr / 06 76 25 01 16

une publication

éditions
DAUVERS

L'offre drive vue par **nielsen**



**POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT**



nous
contacter

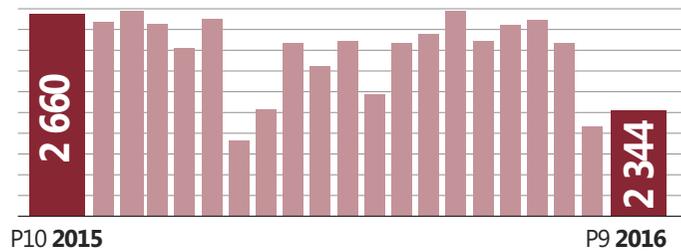
06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr



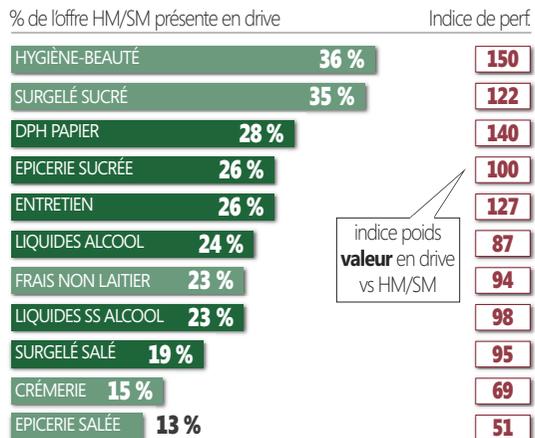
L'offre drive vue par nielsen

1 LES RÉFÉRENCES VENDANTES



Les "références vendantes" correspondent aux références qui sont réellement actives dans l'assortiment : au minimum une vente par semaine. Ce qui signifie donc qu'en moyenne un peu plus d'un cinquième de l'assortiment d'un drive (en tous les cas pour le PGC / FLS) n'est pas active. Il reste encore une marge de progression.

2 L'OFFRE DRIVE VS L'OFFRE HYPERS / SUPERS



C'est en hygiène-beauté et surgelé sucré que l'offre est proportionnellement la plus importante en drive. En effet, dans ces deux catégories l'assortiment drive représente en moyenne un bon tiers de l'assortiment magasin. Cause ou conséquence, c'est également en hygiène-beauté que le drive est le plus performant vs le magasin avec un indice de 150.

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

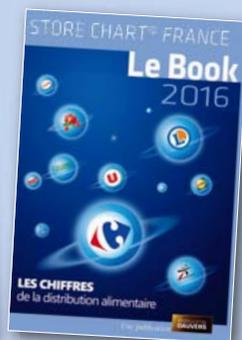
06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

ÉDITION 2016

STORE CHART France

édition 2016



DEUX OUTILS COMPLÉMENTAIRES :

Une Affiche grand format (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'œil.

Un Book format A5 avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. **Idéal pour votre force de vente.** A emporter partout grâce à son format pratique.

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 !

Tarifs HT 2016

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

Une publication

éditions
DAUVERS

Renseignements & commande : Florence Taillefer au 02 99 50 18 90 ou florence.taillefer@editionsdauvers.fr

World Wide Drive

> BELGIQUE
CARREFOUR DRIVE À LA PLAGE.....33



> HAPPYFRESH,
L'INSTACART ASIATIQUE.....37

> WALMART À L'HEURE DU PRICING DYNAMIQUE
AVEC LE RACHAT DE JET.COM35

a3distrib
GROUPE NIELSEN
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com



World Wide Drive

> SUMMER DRIVE : LE DRIVE DES PLAGES DE CARREFOUR BELGIQUE (1/2)



Carrefour semble bien décidé à convertir au drive juillétistes et aoutiens, que ce soit en France dans les campings ou en Belgique dans la station balnéaire de Knokke-Le-Zoute. Pour le troisième été consécutif, Carrefour Drive a ouvert son point de retrait éphémère, baptisé Summer Drive, face à la plage, livré par le Carrefour Market local. Comme précédemment, une équipe d'hôtesse munies de tablettes connectées est partie à la rencontre des estivants. De plus une flotte de véhicules verts (voitures électrique, vélos) se chargeait de livrer à domicile les courses commandées.



Summerdrive
by Carrefour

Bienvenue au Summerdrive!

Cet été, Summerdrive & votre Carrefour market de Knokke sont vos alliés pour des vacances en toute tranquillité.
Profitez de votre séjour, nous nous occupons de vos courses!

Choisissez où et quand faire livrer vos courses :

Bip Bip! Avec le Beach delivery, profitez d'un assortiment réduit livré dans les **30 min. à la plage***.

Choisir le Beach delivery >

Commandez avant 16h30 et vos courses sont livrées à **domicile le soir entre 18h et 20h***.

Choisir le Home delivery >

* Livraison uniquement sur Knokke et paiement uniquement par Carte Bancomat. NOTRE SAVOIR-FAIRE SE DÉCOULET AVEC SAGESSE.

Summerdrive
by Carrefour

En vacances à Knokke?
Nous faisons vos courses pendant que vous en profitez!

Comment ça marche? >



GRUPE NIELSEN

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 relévés 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

> SUMMER DRIVE : LE DRIVE DES PLAGES DE CARREFOUR BELGIQUE (2/2)



Nouveauté cette année : Bip Bip, une application de "Beach Delivery". Carrefour Belgique permettait aux estivants de commander parmi un assortiment restreint de produits (400 réfs autour du snacking, du goûter ou de l'apéritif) et de se faire livrer directement sur la plage dans un créneau de 30 minutes. Un service gratuit à partir de 10 € d'achats. L'interface développée pour l'occasion se veut plus "fun" que les habituels sites et applis d'e-commerce. Bien tenté !



a3distrib
 GROUPE NIELSEN
 L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com



World Wide Drive

> WALMART À L'HEURE DU PRICING DYNAMIQUE AVEC JET.COM (1/2)

Pour combler son retard en ligne, Walmart s'est offert cet été le site de e-commerce Jet.com pour la "modique" somme de 3,3 milliards de dollars (3 milliards en cash et 300 millions en actions). Une acquisition record, d'autant plus pour une start-up dont l'activité venait à peine de souffler sa... première bougie ! La start-up Jet.com est séduisante à plus d'un titre pour le géant du retail. Tout d'abord, son fondateur et CEO, Marc Lore, est un "serial-cyberentrepreneur" de talent qui a à son actif la création de sites à succès (Diapers.com, Soap.com, BeautyBar.com), revendus en 2010 à Amazon. Grâce à lui, Walmart n'aura plus de difficultés à attirer des pointures de la Silicon Valley. Ensuite, Jet.com s'adresse à une cible franchement

urbaine, jeune (les fameux "millennials") et aisée, très différente de la base traditionnelle de clients de Walmart. La capacité du cybermarchand à livrer ses clients en 2 jours gratuitement va bigrement intéresser Walmart qui, pour l'heure, facture ce service 49 \$/an (contre 99 \$ pour l'abonnement Amazon Prime). **Enfin (et peut-être surtout), la technologie innovante de pricing dynamique développée spécialement pour Jet.com par Marc Lore et ses équipes est un réel atout concurrentiel que Walmart ne devrait pas tarder à adopter sur son propre site. D'autant que Marc Lore est appelé à diriger tout à la fois Jet.com et Walmart.com.** Décryptage en images...



• Le pricing dynamique au niveau de chaque fiche produit

The screenshot shows the Jet.com product page for Bounce dryer sheets. The page features a product image, a starting price of \$9.10, and several dynamic pricing options based on user actions:

- 2 Day Delivery:** A checkbox option that lowers the price to \$8.84.
- Free Returns:** A radio button option that lowers the price to \$8.96.
- Debit Card:** A radio button option that lowers the price to \$8.87.
- Quantity:** A quantity selector showing prices for 1, 2, 3, 4, and 5 units.

Callouts from the right side of the image point to these features:

- Ajout au panier de produits éligibles à l'optimisation des colis:** Points to the 2 Day Delivery checkbox.
- Abandon du retour gratuit:** Points to the Free Returns radio button.
- Paiement par carte de débit:** Points to the Debit Card radio button.
- Achat en nombre (x2, x3, x4...):** Points to the quantity selector.



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 ont 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

World Wide Drive

> WALMART À L'HEURE DU PRICING DYNAMIQUE AVEC JET.COM (2/2)



• Le pricing dynamique au niveau du panier

<p>\$28.71 away from FREE shipping</p> <p>1 \$6.29 \$6.20 1.43% savings</p> <p>\$8.84 ↓ Want to see prices DROP? Add items to your cart</p> <p>Why are prices dropping?</p> <p>Subtotal \$6.20 View Cart</p>	<p>\$9.65 away from FREE shipping</p> <p>2 \$9.53 \$8.86 7.03% savings</p> <p>1 \$6.29 \$6.14 2.38% savings</p> <p>Why are prices dropping?</p> <p>Subtotal \$23.87 View Cart</p>	<p>\$3.20 away from FREE shipping</p> <p>1 \$6.45 \$6.23 3.41% savings</p> <p>2 \$9.53 \$8.82 7.45% savings</p> <p>1 \$6.29 \$6.07 3.50% savings</p> <p>Why are prices dropping?</p> <p>Subtotal \$29.98 View Cart</p>	<p>You've earned FREE shipping!</p> <p>1 \$7.99 \$7.65 4.26% savings</p> <p>1 \$6.45 \$6.17 4.34% savings</p> <p>2 \$9.53 \$8.78 7.87% savings</p> <p>1 \$6.29 \$6.02 4.29% savings</p> <p>Why are prices dropping?</p> <p>Subtotal \$37.44 View Cart</p>	<p>You've earned FREE shipping!</p> <p>2 \$4.39 \$4.02 8.43% savings</p> <p>1 \$7.99 \$7.57 5.26% savings</p> <p>1 \$6.45 \$6.11 5.27% savings</p> <p>2 \$9.53 \$8.73 8.39% savings</p> <p>1 \$6.29 \$5.97 5.09% savings</p> <p>Why are prices dropping?</p> <p>Subtotal \$45.21 View Cart</p>
---	--	---	--	---

Plus spectaculaire, **tout ajout de produit entraîne un recalcul (et une baisse) du prix de chacune des références du panier en fonction de différents critères.** Les économies générées tout au long de la préparation de la commande, notamment l'optimisation du colisage, sont répercutées en temps réel sur les prix unitaires des produits achetés. C'est ainsi, dans cet exemple, que le prix du paquet de café Lavazza passe progressivement de 6,20 \$ à 5,97 \$.

a3distrib
GROUPE NIELSEN
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur www.grandeconso.com



> HAPPYFRESH, L'INSTACART ASIATIQUE

Le "cousin" asiatique d'Instacart s'appelle Happy Fresh. Disponible à date, dans 5 pays d'Asie du Sud-Est (Thaïlande, Indonésie, Malaisie, Philippines et Taïwan), cette application pour smartphones et tablettes (et sur le web) s'inspire du modèle initié par la start-up américaine (cf. Mag Drive #14) **au cœur d'un "triangle d'intérêts" : le client (qui a des besoins), des "shoppers/livreurs" (qui ont du temps pour faire les courses d'autrui et/ou les livrer) et des enseignes (qui y voient une bonne manière de répondre à une attente de leurs clients sans investissement).** Concrètement donc,

le client se géolocalise, choisit ensuite l'un des magasins avec lesquels HappyFresh a contracté et fait ses achats sur l'interface. Quelques minutes plus tard, dans le magasin et smartphone en main, un "personnal shopper" prépare la commande (exemple ci-dessous dans un BigC de Bangkok dans lequel en fin d'après-midi nous avons compté une demi-douzaine de shoppers à l'œuvre). Et, une heure au plus tard après la commande, le client est – en théorie – livré. En théorie car, sur ce point, HappyFresh reconnaît qu'il est possible que les créneaux soient saturés.



Drive 
a3distrib
 GROUPE NIELSEN

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 ont 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

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



Centrales,
Enseignes...

2 990 € HT

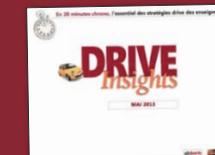
Licence
de MULTIDIFFUSION
Société



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



Septembre 2016

#39

La catégorie

L'offre BIO



Source :



Juin 2016



La catégorie 



#40

> L'ASSORTIMENT MOYEN



> COMPOSITION DE L'OFFRE EN DRIVE

% M NATIONALES	% MDD	% PREMIERS PRIX
53,8 %	43,2 %	-

solde = marques non identifiées

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

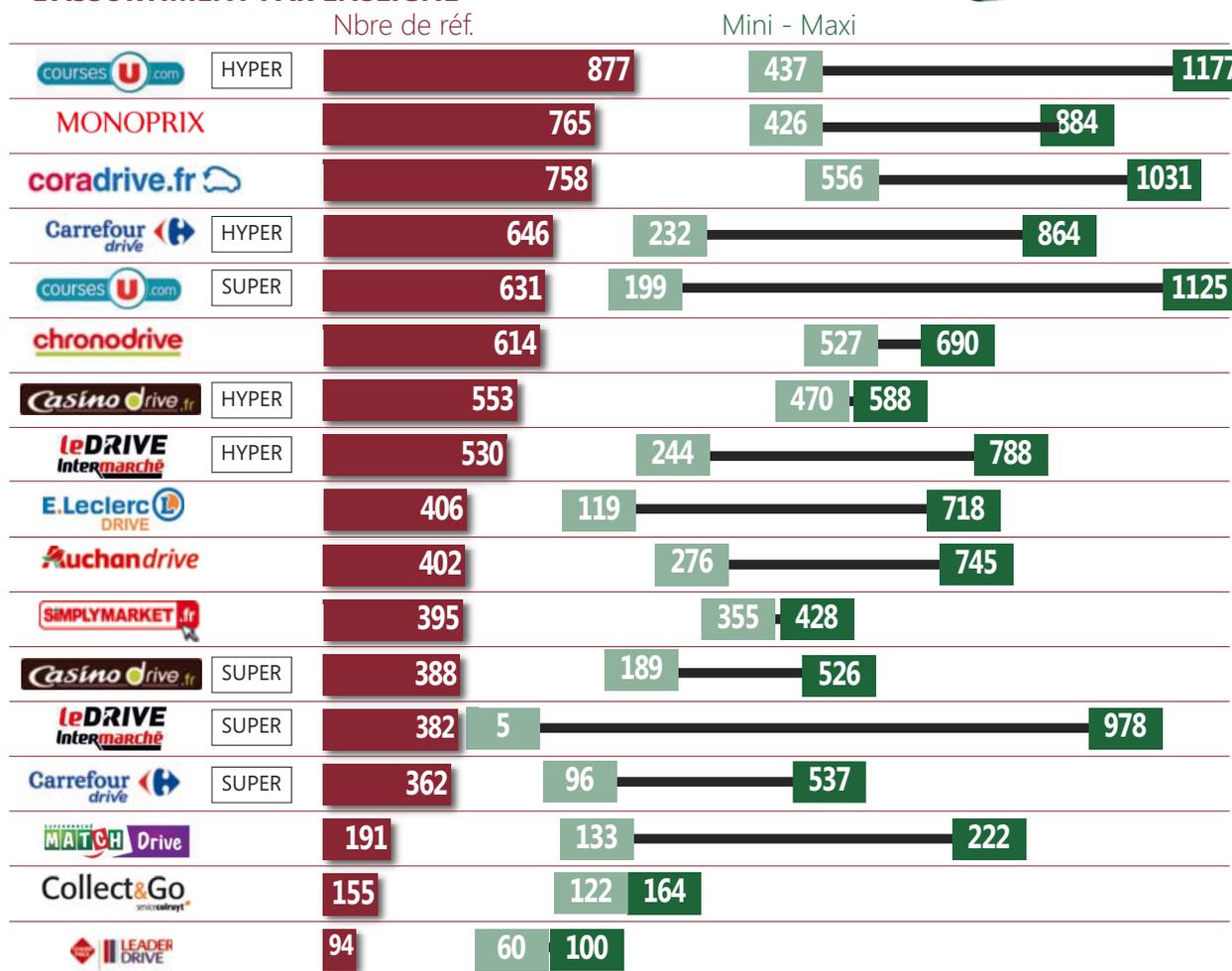
06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

La catégorie 



> L'ASSORTIMENT PAR ENSEIGNE



POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

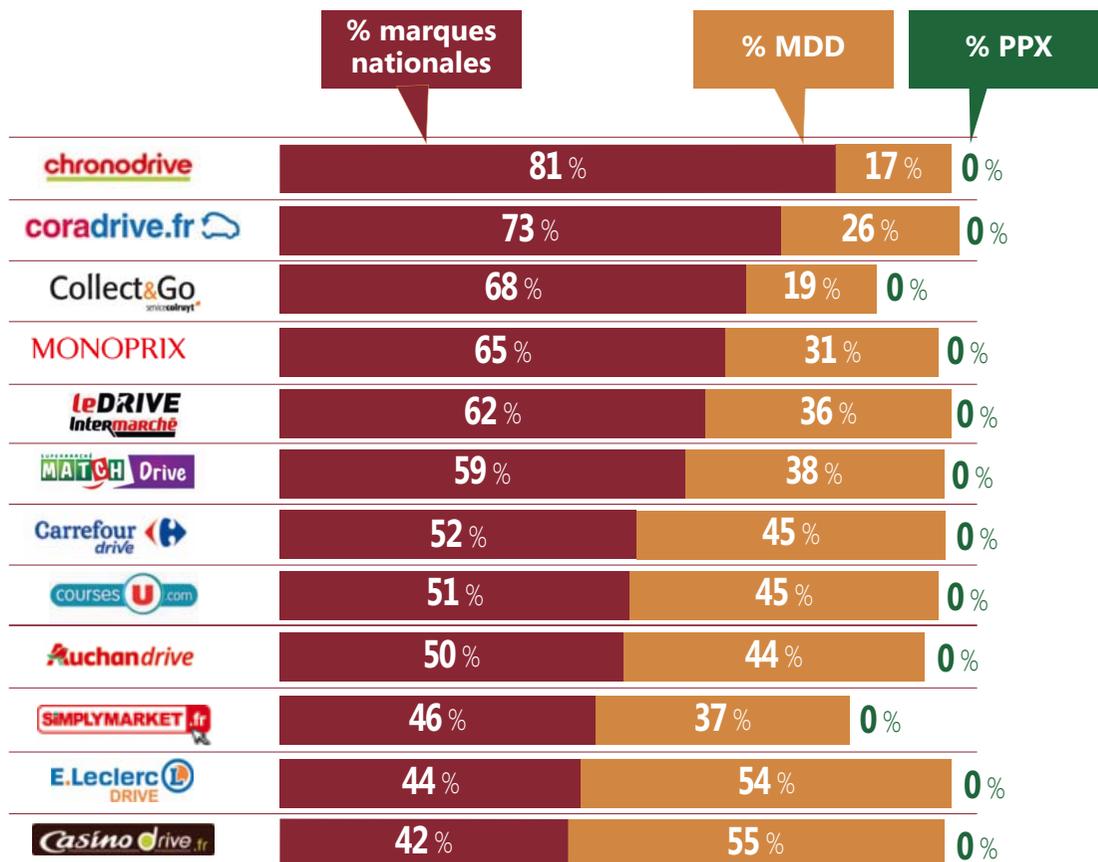
06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

La catégorie 



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



solde = marques non identifiées

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT



nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

La catégorie

L'offre bio



Septembre 2016



#43

> TOP 10 DES RÉFÉRENCES LES PLUS DIFFUSÉES

Signifie que cette référence est présente dans 88 % des drives de France



ST HUBERT PÂTE À TARTINER ET CUISINER - 1 BARQ 250 GR

DN 88 %



BJORG BOISSON SOJA DOUCEUR CALCIUM - 1 BRICK 1 L

DN 83 %



BJORG BOISSON SOJA NATURE - 1 BRICK 1 L

DN 83 %



BJORG GALETTE MAIS - 1 PAQ 130 GR

DN 81 %



VRAI YAOURT BREBIS NATURE - 2 POT 125 GR

DN 80 %



BJORG BOISSON SOJA VANILLE - 1 BRICK 1 L

DN 80 %



CEREAL BIO GALETTE DELICEREALE EPE./BOULG./LEG. - 1 BTE 200 GR

DN 78 %



BJORG CEREALE FLOCON AVOINE COMPLET - 1 PAQ 500 GR

DN 78 %



BJORG BISCUIT FOURRE CHOCOLAT NOIR - 1 PAQ 225 GR

DN 77 %



CEREAL BIO GALETTE DELICEREALE QUIN./BOULG./TOM. - 1 BTE 225 GR

DN 77 %

POUR
COMMUNIQUER
À CET ENDROIT



nous
contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

La catégorie



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

		Indice prix		Mini - Maxi	
Casino drive.fr	SOLO	91,5	90,6 95,0		
Casino drive.fr	HYPER	93,6	92,4 96,1		
E.Leclerc DRIVE		93,9	85,9 98,5		
Carrefour drive	HYPER	97,2	93,0	110,9	
courses U.com	HYPER	97,2	93,9	111,5	
Collect&Go		97,7	93,4	104,3	
LeDRIVE Intermarché	HYPER	98,1	92,7	102,8	
courses U.com	SUPER	99,4	94,0	119,5	
LeDRIVE Intermarché	SUPER	99,4	94,0	113,1	
coradrive.fr		100,4	95,2	107,7	
Auchan drive		101,4	95,6	106,3	
Carrefour drive	SUPER	102,4	97,2	115,4	
chronodrive		102,7		100,7 104,4	
SIMPLYMARKET.fr		102,8		100,6 104,9	
MATCH Drive		104,6		101,5 108,1	
Casino drive.fr	SUPER	108,8	93,1	121,1	
MONOPRIX		115,2		112,5 119,6	

Indice 100 = moyenne tous sites drives

POUR COMMUNIQUER À CET ENDROIT

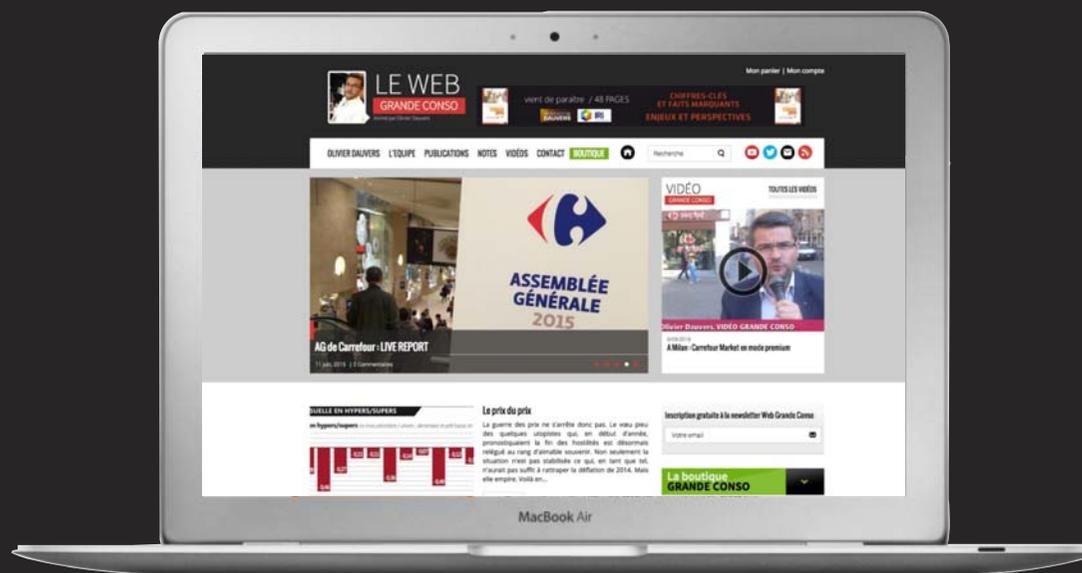


nous contacter

06 76 25 01 16

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.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



a3distrib
GROUPE NIELSEN
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com



#Beertime
Savourer une bière, c'est tout un programme !
05/08/2016

The screenshot shows the #Beertime website interface. On the left, there are various promotional banners for beer and food. On the right, a search results page for 'SKOLL TUBORG' is displayed. The search location is 'Paris, France'. Below the search bar, there are two main options: 'RETRAIT' (pickup) and 'LIVRAISON' (delivery). A list of nearby drive stores is shown, including Monoprix Paris (01er), Monoprix Paris (06ème), Monoprix Paris (09ème), Courses U Drive Paris Montorgueil, and Courses U Drive Paris Petits Carreaux. Each store listing includes the distance and a button to 'ALLER SUR LE SITE' or 'AJOUTER AU PANIER'.

» **KRONENBOURG ENVOIE SES CONSOMMATEURS DANS LES DRIVES !**

Sur le site Beertime créé spécialement pour faire la promotion de leurs marques (1664, Carlsberg, Grimbergen, Skoll, Tourtel...), les Brasseries Kronenbourg ont développé une petite application permettant aux internautes de trouver aisément leurs produits en magasins. Le consommateur se géolocalise en saisissant le nom de sa ville ou en utilisant une carte. Aussitôt apparaît la liste des magasins les plus proches dont l'interface web drive propose la marque considérée à son assortiment. Une judicieuse utilisation des datas disponibles en ligne !



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

Tranches de vie commerciale



Septembre 2016

#48

chronodrive

Auchan drive

05/08/2016

Auchan fromage de chèvre 180g

10,00 €/ kg
1,80

Le produit

Fromage de chèvre au lait pasteurisé (sous la déno légale, supprimer la mention 21% de matière grasse dans le produit fini)
Pour une quantité nette de 180 grammes

Fromage de chèvre au lait pasteurisé (sous la déno légale, supprimer la mention 21% de matière grasse dans le produit fini)
Pour une quantité nette de 180 grammes

Dénomination légale du produit : Fromage de chèvre au lait pasteurisé (sous la déno légale, supprimer la mention 21% de matière grasse dans le produit fini)

"sous la déno légale, supprimer la mention 21% de matière grasse dans le produit fini"

>> CETTE DESCRIPTION MÉRITE UNE CORRECTION

L'avantage de la relecture d'un texte sur le papier est de pouvoir apporter des annotations manuelles qui seront ensuite prises en compte lors de la correction. Sur un texte "numérique", le risque en ajoutant des commentaires est que ceux-ci demeurent sur la version finale. Illustration avec la description produit d'un fromage de chèvre à la marque Auchan où un commentaire demandant la suppression d'une mention a été laissé. Productivité oblige, la même bourde se retrouve aussi bien sur le site AuchanDrive que celui de Chronodrive !

a3distrib
GROUPE NIELSEN
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com



Fromage au chèvre pasteurisé de vache et de crème chèvre pasteurisé

13,04€/kg **1,89€**

AJOUTER

Fromage au lait de vache (60% de l'ES) et à la crème de chèvre (40% de l'ES) pasteurisés.
Ingrédients : lait de vache, crème de chèvre (13%), sel, ferments.
A consommer de préférence avant le : voir sur le côté.

Valeurs Nutritionnelles Moyennes		POUR 100 g
ENERGIE		1325 kJ 320 kcal

>> DE QUOI TOURNER CHÈVRE AVEC CETTE DESCRIPTION !

Quitte à recopier les mentions présentes sur un packaging, autant bien le faire, mot à mot. L'absence d'un ou deux mots suffit à rendre la phrase incompréhensible. Illustration avec la description de ce fromage "Président au chèvre", une sorte de "camembert de chèvre" qui en fait contient une majorité de lait de vache. C'est déjà pas simple... mais la mention erronée de CoursesU.com n'arrange rien !



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 ont 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

Tranches de vie commerciale



Septembre 2016

#50

Carrefour
drive

27/06/2016

The screenshot shows the Carrefour Drive website interface. At the top, there is a search bar and navigation options. The main content area displays a 'Le boucher' section with a 'Assortiment boucherie 'de la semaine'' for 25€00. The assortment includes various cuts of meat like escalopes, steaks, and chops. Below the product image, there are 'Ajouter' and 'Ajouter à mes listes' buttons. A 'MON PANIER RECETTES' button is visible at the bottom left of the product area.

Assortiment boucherie 'de la semaine'.

25€00

le coût de 2,9 kg

Ajouter

Ajouter à mes listes

MON PANIER RECETTES

Ingrédients

500 g d'escalope de dinde (4 pièces), 600 g de côte de porc échine ou filet (4 pièces), 500 g de bourguignon** à mijoter, 500 g de steak** à griller (4 pièces), 300 g de chipolatas nature (1 barquette x3), viande de porc 90%, eau, sel, conservateurs : lactate de potassium et acétates de sodium, dextrose, épices, antioxydant : érythorbate de sodium, poudre d'ail, colorants : sarmins et curcumine, arômes. Bœuf naturel de mouton - 500 g de haché vrac 5% MG.

>> CARREFOUR DRIVE EN FAIT DES CAISSES

Bonne idée ce colis de viande hebdomadaire ! Un assortiment varié (escalopes de dinde, côtes de porc, bourguignon, steak et chipolatas) pour une famille de 4 personnes à prix modéré (8,62 €/kg). Reste à savoir quand même si le bourguignon est un morceau attractif en... juin ?

The advertisement features a family of four (a man, a woman, and two children) smiling and holding various products. The products include a Vitell water bottle, a baby stroller, a camera, and a laptop. The text 'a3distrib GROUPE NIELSEN' is prominently displayed at the top, followed by the slogan 'L'image de vous-même !'. At the bottom, it says 'Rendez-vous prochainement sur www.grandeconso.com'.

a3distrib
GROUPE NIELSEN
L'image de vous-même !

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

Tranches de vie commerciale



Septembre 2016

#51

leDRIVE
Intermarché
06/08/2016

The screenshot displays a mobile application interface for whisky products. The main content area shows a grid of whisky bottles with their names, prices, and star ratings. A large bottle of Ballantine's Whisky is featured prominently on the right side of the screen. The interface includes a search bar at the top, a list of products with their names and prices, and a navigation bar at the bottom. The products shown include Ballantine's Whisky, Highland Cross, Ballantine's Whisky, William Peel, Ballantine's Whisky, Clan Campbell, Nikka Whisky, Paddy, Label 5, and Lagavulin. The prices range from 11.48 € to 45.97 €.

» INTERMARCHÉ INITIE LES INTERNAUTES AU WHISKY

Le Drive Intermarché guide les internautes au sein de son offre whisky. Les références concernées (pas toute étonnamment) sont identifiées par deux caractéristiques gustatives (épicé, fruité, boisé...) avec, pour chacune, une notation de 1 à 5 étoiles indiquant son ampleur.

Drive 
a3distrib
GROUPE NIELSEN

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 ont 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

Tranches de vie commerciale



Septembre 2016

#52

Carrefour
drive
28/06/2016

Carrefour
drive
28/06/2016

leDRIVE InterMarché
30/08/2016

Chercher: [OK] [Suggestion]

Retrait Drive

BOURG EN BRESSE

Mardi 6 jui. à partir de 08:00

Modifier mon adresse

MON PANIER RECETTES

Les recettes et listes ingrédients dans votre panier en 1 clic, c'est pratique!

DISCOVER

KERMESSE

Le plein de gourmandises...

DISCOVER

Chips & Assortiments

Goûters

Yaourts & Petits fromages

Confiseries

Boissons

LA RENTREE DES CRÊCHES

Même les plus petits préparent leur rentrée!

Découvrir les produits >

Jusqu'à 30% de remise immédiate

Mixa bébé

Pommette

Pampers baby-dry

LES VALABLES DANS LES MAGASINS PARTICIPANTS DU 23/08 AU 13/09 SUR UNE SÉLECTION DE PRODUITS

» LE DRIVE À LA RESCOURS DES KERMESSES ET DES CRÊCHES

Les supermarchés virtuels autorisent toutes les sélections thématiques possibles et imaginables.

Les enseignes s'en donnent à cœur joie pour donner aux internautes de nouvelles raisons d'achat. En début d'été, alors que les fêtes d'école battent leur plein, Carrefour Drive a eu l'idée d'une mise en avant "Kermesse" proposant un largement assortiment de chips, produits goûters, confiseries et boissons. Fin août, Intermarché s'est distingué en proposant parallèlement à son incontournable promo "Rentrée des Classes", une sélection de produits spéciale "Rentrée des Crèches" ! Il fallait y penser...

a3distrib
GROUPE NIELSEN
L'image de vous-même !

Vittel

Stroller

Man with camera

Woman with Pampers

Laptop with sunglasses

Rendez-vous prochainement sur
www.grandeconso.com

Auchan drive
04/08/2016



>> **AUCHAN DRIVE SE MET AU VERT...**

Auchan Drive surfe sur la tendance "vegan". A l'heure des promotions estivales consacrées aux barbecues et autres grillades, Auchan Drive se distingue avec la sélection de "saveurs végétariennes". Des gammes plus ou moins larges selon les drives. Celui de Gap (05) propose plus de 500 réfs. dont, étonnamment, des boissons alcoolisées.

Drive 
a3distrib
GROUPE NIELSEN

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



Septembre 2016

#54

Auchan drive
08/09/2016

The image shows a screenshot of the Auchan Drive website interface. On the left, there is a 'Kids' section titled 'L'espace Kids spécialement dédié aux enfants!' with sub-sections for 'PETIT DÉJ', 'GOÛTER', 'APERIKIDS', and 'DESSERT'. The 'APERIKIDS' section is highlighted. On the right, a grid of products is displayed, including carrots, melon, and various packaged snacks. Below the screenshot, a diagram shows the 'Kids' section broken down into four categories: 'L'espace Kids', 'Carottes', 'Melon', and 'Choux fleurs', each with a corresponding product image.

>> ... ET AUCHAN DRIVE MET AUSSI LES ENFANTS AU VERT

Début septembre, les "kids" étaient à l'honneur chez Auchan drive. Dans un "espace spécialement dédié aux enfants", l'offre était segmentée en 4 moments de consommation : petit déj, goûter, apéritifs et dessert. La rubrique "apérikids" a particulièrement retenu notre attention par la présence très marquée de légumes (tomates cerises, concombres, carottes, melon, radis, choux fleurs...). Nous qui pensions que les enfants plébiscitaient à l'apéritif le saucisson, les Pringles et autres Monster Munch, Auchan Drive nous a ouvert les yeux !

The advertisement features a family of four (a man, a woman, and two children) smiling and interacting with a laptop. The man is holding a camera, and the woman is holding a box of 'a3distrib' products. The background is white with a red curved banner at the top. The text 'a3distrib GROUPE NIELSEN' is prominently displayed, followed by the slogan 'L'image de vous-même !'. Below the family, there are images of a stroller, a bag of Vittel water, and a box of 'a3distrib' products. At the bottom, the text 'Rendez-vous prochainement sur www.grandeconso.com' is written in red.



Septembre 2016

#55

E.Leclerc
DRIVE

25/08/2016

The screenshot shows the E.Leclerc Drive website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Offres spéciales', 'Commande Express', 'Nouveautés', 'Viandes Poissons', 'Fruits Légumes', 'Pains Pâtisseries', 'Frais', and 'Surgelés'. Below this, a search bar shows 'Ma recherche : m&m's (2 résultats affichés)'. The results are displayed in a grid with two items: 'Dragées chocolatées M&M's Cacahuètes - 300g' priced at 4.25 € (14.17 €/kg) and 'Dragées chocolatées M&M's Cacahuètes - 500g' priced at 4.20 € (8.40 €/kg). The weight labels '300g' and '500g' are circled in red. On the left, there's a sidebar with 'Rayons' and 'Besoin d'aide ?' sections.

>> NO COMMENT !!!

Drive 
a3distrib
GROUPE NIELSEN

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

En partenariat avec:



Réservez votre place pour

Les Ateliers du Drive

Mardi 27 septembre 2016 - Paris

Hôtel Mercure Porte de Versailles Expo

Au programme de la journée:

- La stratégie drive de **Carrefour**
Le projet d'entrepôt automatisé, le pricing, le site marchand
- **Amazon** et l'alimentaire: un concurrent enfin crédible?
L'offre, les prix, la marketplace
- Le drive est-il soluble **en milieu urbain**?
Le drive piéton, les points de retrait, la livraison 2.0
- Les drives et **la promo**
Un enjeu majeur pour 2017, la bonne théâtralisation des NIP
- **La personnalisation** enfin au rendez-vous?
Les dernières bonnes pratiques, les solutions disponibles
- **Le Qualiscope** des drives
Les sites des enseignes passés au crible
- Le retour **des robots**
Les nouvelles solutions d'automatisation testées par les enseignes

Plus de renseignements sur

www.lineaires.com

Contactez-nous pour recevoir le programme définitif des Ateliers du Drive 2016

Mail: ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr

Téléphone: **02 99 32 21 21**