

EURO PV

Publicité et Communication sur le Lieu de Vente

MAGAZINE

Décembre 2008 - N °197

{ Reportage }

22

PLV & injection plastique

{ Enquête }

30

La PLV dans le monde

{ Le Point sur... }

36

PLV & Prêt-à-Vendre

Hervé Decalonne,
société Marin's

Dossier La PLV doit-elle être protégée ?

16

Opérations de Trade promotionnel 2008

Quoi de neuf dans les prospectus ?



Par Elisabeth Cony-Exertier

Directrice associée du Site Marketing,
pige publicitaire Hors Media & Internet
elisabeth.exertier@lesitemarketing.com

Etre présent dans les prospectus de leurs distributeurs constitue pour les industriels un enjeu de plus en plus majeur. Le prospectus donne évidemment de la visibilité auprès des clients du magasin. C'est le premier outil d'information sur les promotions.

Obtenir une présence sur les prospectus est également un gage de visibilité auprès des décideurs de la distribution au niveau local. C'est parce qu'un produit est en prospectus que l'on veillera particulièrement à son approvisionnement, et à sa mise en avant dans le magasin. Autant de facteurs conjugués qui permettront de multiplier les ventes par deux ou dix sur la période du catalogue (en moyenne 10 jours pour la Grande distribution Alimentaire) et selon la typologie des produits.

Les opérations Trade optent pour des accroches simples et directes

Peu de créativité dans les accroches ! Pour les loteries, les deux mots "à gagner" représentent le plus grand nombre d'occurrences ! Puis les dotations sont citées de la manière la plus explicite, enfin l'offre est renforcée par le visuel de la dotation.

Peu de marques prennent le soin de mentionner la notion de hasard dans leurs accroches, ce qui est légalement plus prudent : "tentez de gagner" ou "gagnez peut-être" devraient en effet remplacer les "gagnez une dotation".

Une fois la place acquise, les industriels font tous les efforts possibles pour optimiser cette visibilité sur ce support des plus utiles pour leurs chiffres d'affaires. Les opérations Trade proposées par les marques à leurs distributeurs sont un des leviers susceptibles d'améliorer la visibilité de la marque dans un catalogue. En effet, on y trouve des centaines de produits en promotion (exemple : 619 produits présentés dans le catalogue : "Avec 20% en Tickets Leclerc, le plaisir n'attend pas !" de l'enseigne E.Leclerc valable du 16 au 26 janvier 2008). D'une simple vignette pour une présence produit, la présence d'une opération Trade permet de doubler au moins cette visibilité, voire d'obtenir plus quand plusieurs marques sont associées : jusqu'à la double page !

Par ailleurs, elles permettent d'annoncer des promotions qui seront reprises éventuellement sur des éléments de PLV en magasin : stop-rayons, affichettes, box palettes, présentoirs ou d'optimiser l'investissement dans une animation pré-annoncée via le prospectus. Pour cela, l'atout de la force de vente de l'industriel est essentiel.

A partir de la pige du Site Marketing, nous avons analysé une sélection d'opérations Trade dans les catalogues des hypermarchés et des supermarchés depuis le début de l'année 2008 pour mettre à jour 4 grandes tendances évoquées ci-dessous.



J'♥ l'électro à prix cadeau!
44,90€
 + éco-participation 0,56€ TTC
ASPIRATEUR SANS SAC HARPER 2200 W
 Puissance variable, rembobineur de câble automatique, tube télescopique en inox, filtre Hepa, coloris noir.

Grand jeu anniversaire!
 Jouez et gagnez peut-être une TV LCD THOMSON

Téléviseur LCD 26 pouces THOMSON
 Ready, TNT intégré, diagonale 66 cm, 16/9, 2 prises HDMI entrée PC, Stéréo Nicam 2x15 W Virtual Surround.

J'♥ MON 8ÀHUIT

Les opérations Trade sont majoritairement des loteries :

Faciles à mettre en place et économiques, les loteries permettent d'associer aux produits affichés dans le catalogue une promesse qualitative véhiculée par la dotation. En cela, elles renforcent, voire enrichissent la promesse de la marque.

Nous remarquons par ailleurs quelques opérations de primes directes (ex : une glacière remise pour l'achat de 5 produits), opération dont le coût et la logistique sont généralement plus onéreux. Néanmoins, ces primes nourrissent la marque en apportant un service ou un agrément qui - si l'objet est de qualité durable - accompagnera les consommateurs dans leur foyer.

A noter, l'absence d'offres de remboursement dans les catalogues. La trop grande efficacité de ces supports tirés à des millions d'exemplaires risque de mettre en péril l'équilibre budgétaire des marques qui devraient prendre en charge le remboursement et les frais de gestion de centaines de milliers de clients opportunistes.

Enfin, quelques opérations caritatives à destination d'ONG ou d'organismes œuvrant pour le bien-être des hommes ou de la planète. Ces opérations ont le double avantage de véhiculer des partenariats positifs pour la marque et l'enseigne, et de rester abordables en termes de coûts.

> 619 produits présentés par l'enseigne Leclerc en janvier 2008 "

Optimisez votre budget formation 2008

2 jours pour tout savoir sur le métier de la promotion des ventes

- Une formation stratégique et opérationnelle pour tous les professionnels de la communication des marques et réseaux de vente
- Des échanges entre participants multisecteurs sur l'évolution de la profession, le trade, les nouveaux supports Internet et mobiles...

PROCHAINES DATES
 15/16 décembre 2008
 et pour l'année prochaine
 9/10 février 2009



Programme et tarif sans engagement

Justine.richard@lesitemarketing.com
 01 42 04 88 73

LE SITE MARKETING.COM

Le Site Marketing est spécialisé en pige promotionnelle & internet

www.lesyeuxdunet.com www.lesitemarketing.com www.lesitemarketingblog.com - SARL au capital de 45 270 € - Centre de formation 11921319192 RCS Nanterre B430 225169

Promotion des Ventes

Du 17 au 21 septembre 2008

Grand Jeu Foire aux Vins

Jouez et tentez de GAGNER :

UNE CAVE À VIN À GAGNER LE SAMEDI !

DES COFFRES NOUVELLES À GAGNER DU MERCREDI AU SAMEDI !

Screwpull 3 fonctions : tire bouchons, décapsuleur, coupe-câbles. Manche ABS, Coloris noir.

Cave à vin réfrigérée, électrique. 1 porte isolée 200L incluse. porte vitre. Dimensions : 150 x 40 x 36,5 cm. Poids 15kg.

Barème du règlement :

Les opérations Trade privilégient des dotations consensuelles et à la mode :

- Le succès des **dotations coffrets** de type Smart Box ne se dément pas car il facilite la gestion (envoi par la Poste aisé, gestion de la relation client à la charge de l'éditeur du coffret).
- Toujours de nombreuses offres liées à **l'aspiration des femmes** notamment à prendre du temps et à prendre soin de soi : nombreuses dotations autour des séjours thalasso, des soins de type spa, etc.
- Des dotations pour les **technophiles** de tous âges : en période de surconsommation de football télévisé, les écrans LCD seront proposés ; pour la rentrée et des cibles plus jeunes, toute la panoplie de l'ado d'aujourd'hui : baladeurs mp3, ordinateurs communicants, etc.
- Le goût des **bonnes choses à la maison** : les chefs s'invitent à domicile, on s'offre une cave à vins... Les marques accompagnent l'aspiration des Français à "cocooner" avec des prestations de qualité inspirées par les professionnels.
- Enfin, plus présentes cette année, des offres qui s'appuient sur l'attente "**puvoir d'achat**" des clients : des courses, des bons d'achat à gagner.

Les opérations sur catalogues mentionnent peu les modalités d'accès à l'offre dans l'offre majeure :

Le client doit se référer à des modalités synthétiques sur le catalogue ou compter sur une bonne mise en place des relais en magasin. Le canal de participation par Internet prend souvent le relais pour éviter les longues modalités sur le support papier au détriment du traditionnel canal téléphonique.

DU VENDREDI 10 AU SAMEDI 18 OCT

Tout Carrefour se mobilise pour vous.

LE MOIS DE L'HYPER

POUVOIR D'ACHAT

À GAGNER 50 000 CADDIES ET DES CENTAIRES DE MILLIERS DE BONS D'ACHAT

Caddie® est une marque déposée, propriété de la société SICO. *Quotations faites en base et pas sur l'assortiment des magasins.

N°3

Du 22 au 31 OCTOBRE 2008

E.LECLERC

BRANLE-BAS DE COMBAT

POUR LE POUVOIR D'ACHAT

PLUS DE 250 000 CARTES GADÉAU À GAGNER

ET EN PLUS SUR DE NOMBREUX PRODUITS

40% en Ticket E.Leclerc

25 JOURS RUCHAN

50% D'ÉCONOMIES SUR DES PRODUITS ALIMENTAIRES

DANS CE CATALOGUE ÉCONOMISEZ JUSQU'À 394€ AVEC VOTRE CARTE RUCHAN

Pour plus d'information : Retrouvez l'ensemble des opérations Trade de toutes les enseignes sur www.lesitemarketing.com et découvrez les nouveaux indicateurs d'efficacité des prospectus et des promotions en contactant : info@lesitemarketing.com