

● **SUCCESS STORY** Antoine Leccia, de Jeanjean ● **STRATÉGIE** Carrefour ● **CONCEPT** Vinomania ● **QUESTIONS**  
D'ARGENT Sécurité alimentaire ● **DOSSIER ALIMENTAIRE** Produits festifs ● **DOSSIER NON ALIMENTAIRE** Coloration

# Points de Vente

UN LUNDI SUR DEUX

Le magazine des magasins

N° 1034 - 15 septembre 2008 - 20 € - Bimensuel - ISSN 0150-1844 - www.pointsdevente.fr



# Surenchère sur les prix

## L'opération de l'été Fort Boyard chez Casino

Comme en 2005 et en 2007, le groupe Casino a lancé dans ses supermarchés un grand jeu Fort Boyard en juillet 2008.

Mais, contrairement aux années précédentes, l'opération n'est plus éponyme et a été baptisée cette fois L'Été gagnant.

Cette campagne s'est faite en partenariat avec les industriels : l'achat de deux produits de marque nationale participant signalés en magasins donnait ainsi droit à un cadeau à choisir parmi un set de coloriage, un appareil photo



jetable, un set de raquettes de badminton (sous réserve d'un minimum de 40 € d'achats).

Une loterie avait également été mise en place avec une inscription sur le site de l'enseigne. A gagner : 350 jeux Fort Boyard et 10 Nintendo DS.

### Toujours chez Casino... Géant offre des chèques carburant

Géant Casino, enseigne d'hypermarchés du groupe Casino, surfe sur l'ère du temps et la flambée des prix à la pompe en proposant à ses clients de gagner des chèques carburant d'une valeur de 10 €.

La loterie se présente sous la forme d'un instant win : l'achat de produits des marques nationales partenaires de l'opération donne droit à une remise d'éco-bons lors du passage en caisse. Ces éco-bons qui sont à présenter à l'accueil du magasin pour savoir s'ils sont gagnants. Les consommateurs peuvent ainsi gagner plus de 20 000 chèques carburant de 10 €.

L'opération offre une deuxième chance avec un tirage au sort : pour participer, il suffit de remplir le bulletin présent dans le catalogue et de le déposer dans une urne située à l'accueil. A gagner : un an de chèques carburant (sous la forme de cinq bons de 10 € par mois pendant un an).



# 161

C'est le nombre d'actions commerciales majeures liées à un catalogue, recensées en GSA et GSS au mois d'août, contre 118 en juillet.

### Le mailing fidélité de l'été chez Carrefour

Mailing "Les offres du mois", destiné à l'un des segments de clients porteurs de la carte de fidélité.

Date dépôt poste : 11 août 2008

Descriptif : enveloppe et brochure

Brochure : du 18 juillet 2008 au 20 septembre 2008

- Offre porteurs de carte : 15 à 20 % de remise immédiate en caisse sur les rayons alimentaire à la coupe et chaussures/accessoires femme + une recette de cuisine pertinente en rapport avec les réductions proposées
- 5 % de remise crédités sur la carte sur la gamme cosmétique bio Carrefour
- Jusqu'au 30 septembre 2008 : 5 % de réduction sur la location d'un appartement de montage dans la brochure "Neige et Soleil" automne-hiver 2008-2009

LE SITE MARKETING.COM Le Site Marketing, créé en 2001, cadrigé par son fondateur Pierre Denis et son associée Elisabeth Cony-Exertier, est spécialisé en pège publicitaire hors média & internet avec 2 services : La pige 360 hors média et Les yeux du net. Le Site Marketing réalise un chiffre d'affaires de 1,5 M€ et compte une centaine de clients parmi lesquels des réseaux de vente (Le Printemps, Auchan, Casino, Intermarché, Champion, Norauto), des agences de communication (DDB, Euro RSCG, Publicis) et des annonceurs (Axa, Club Med, France Télécom Orange, HP, Coca-Cola, Nestlé, Procter).  
www.lesitemarketing.com, www.lesitemarketingblog.com et www.lesyeuxdunet.com

**Méthodologie** La pige publicitaire hors média est réalisée grâce à un panel propriétaire de 400 personnes en France, la visite de 1500 points de vente par an et l'utilisation de 4 logiciels de veille sur internet. L'exhaustivité de collecte des supports on et off-line permet le calcul de part de voix, de pression promotionnelle et le décodage des tendances en termes de création et d'offre. Les chargés de veille du Site Marketing pigent et analysent les actions commerciales des marques et des enseignes. Source : catalogues majeurs, mailings et e-mailings de La pige 360 hors média.