

● **SUCCESS STORY** Gérard Dahan d'Asterop ● **STRATÉGIE** Marie ● **QUESTIONS D'ARGENT** Salon EuroCIS 2009  
● **DOSSIER ALIMENTAIRE** Charcuterie libre-service ● **DOSSIER NON ALIMENTAIRE** Papeterie et écriture

# Points de Vente

UN LUNDI SUR DEUX

Le magazine des magasins



N° 1040 - 26 janvier 2009 - 6,94 € - Bimensuel - ISSN 0150-1344 - www.pointsdevente.fr

LES MOUSQUETAIRES

# Quadras de la distribution

## L'opération du mois

### Achats de Noël / Leclerc

Les enseignes se battent sur la période clé des fêtes de fin d'année à coups de catalogues.

Ainsi, en novembre, plus de 132 catalogues ont relayé des opérations magasins portant sur la thématique de Noël. La frénésie est telle que même les sites internet marchands comme Cdiscount ou Grosbill ont publié des catalogues !

A l'inverse, les enseignes comme Leclerc, ne possédant pas (encore) de site marchand, se sont montrées très agressives en termes de communication sur le web.

En décembre, Leclerc a ainsi lancé deux sites événementiels présentés comme des vitrines de Noël E-Leclerc. Consacré aux jouets, le premier permettait aux enfants de visualiser les jouets proposés par leur magasin, d'accéder à un



calendrier de l'Avent, d'imprimer des cartes de vœux ou encore de jouer en ligne. Dédié au whisky, le second s'adressait à des connaisseurs avec recherche du produit désiré, l'histoire sur les origines de la boisson mythique, un portrait de chaque whisky et la consultation de prospectus en ligne.

#### Noël dans les catalogues

Noël figure en une sur tous les prospectus de Leclerc sur les deux derniers mois de l'année 2008. En novembre, Noël est ainsi associé à différents thèmes, liés aux



cadeaux : jouets, jeux vidéo, multimédia, décoration sans oublier les bijoux.

En décembre, les festivités portent plutôt sur les repas. Une partie des catalogues présente donc les "prix cadeaux en plus de la foire aux champagnes" et une autre porte sur les menus du réveillon. Enfin, le catalogue culturel de Leclerc est également embarqué dans le tourbillon des fêtes.

#### Noël en magasins

De façon classique, Noël est également mis en avant dans les magasins Leclerc.

On ne peut s'empêcher de remarquer les affiches suspendues dans les points de vente ainsi que les décorations "thème Noël".

Les indépendants ont adopté une stratégie de communication multicanal pour les fêtes. Pour coordonner les offres promotionnelles (présentes sur huit prospectus) et relayer les offres sur le Net, le distributeur a conçu, avec l'agence Carré de Ciel, le site Vitrines de Noël. On y retrouve toutes les actions promotionnelles du groupe sur la période. Et, au vu des derniers résultats financiers du groupe (+6,4 % de CA 2008 en France), cette orientation lui réussit plutôt bien.



# 172

C'est le nombre de catalogues relayant des opérations commerciales magasins en GSA et GSS au mois de septembre.

## Le mailing Fidélité du mois / Système U

Date dépôt poste : 21 novembre 2008

La promesse de Système U est forte : proposer des produits festifs moins chers qu'en 2007. Si le slogan est original, les codes le sont moins. Comment, en effet, différencier les menus en fête de Géant Casino avec ceux de Super U ? Même tournure, produits identiques...

#### Lettre :

- Doublement des points U tous les mercredis et vendredis jusqu'au 19 décembre.
- Possibilité de cumuler 3 610 points sur une sélection de produits.

**Insert 1 :** 10 € de remise supplémentaire + 100 points fidélité.

**Insert 2 :** Magazine Carte U : sélection de produits pour les fêtes, recettes.

LE SITE MARKETING.COM Le Site Marketing, créé en 2001, codé par son fondateur Pierre Denis et son associée Elisabeth Cony-Exertier, est spécialisé en pige 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.