

Jeudi 7 mai 2009

Le zoom du mois n°5 : 7 tendances des catalogues jardins en GSA

5è épisode de la rubrique Le zoom du mois en partenariat avec Le Site Marketing. Pour consulter les précédents numéros cliquer dans la catégorie "zoom du mois", pour consulter le dernier numéro, cliquer sur le lien [Le Zoom du mois n°4 : questions sur l'émergence des remises immédiates](#)

En ce début de printemps, toutes les enseignes ont communiqué sur "le jardinage" au moins parce que au delà d'une opération commerciale, c'est une opération accueillie avec plaisir par l'animation/décor qu'elle procure en magasin et aussi parce que c'est le meilleur symbole pour marquer la rupture du changement de saison.

Qu'ont communiqué les enseignes ? Voici un florilège des premières de couverture.





Voici quelques tendances de cette saison printemps 2009 :

- 1/ Le vert domine, seul Carrefour, en cohérence avec sa nouvelle charte choisit le blanc.
- 2/ Le mot "jardin " et ce n'est pas une surprise est obligatoire ou quasi obligatoire, sur les 10 couvertures pigées par Le Site Marketing, seules 3 ne font pas référence à ce mot, mais alors font référence à la couleur verte avec notamment Carrefour "Tendance verte" et Casino "tous les prix sont au vert", seule Auchan se distingue avec "Du Rêve à la réalité"
- 3/ Autre originalité d'Auchan : la très forte mise en avant de la livraison gratuite à domicile.
- 4/ Même sur le jardin, les enseignes n'oublient pas pour autant les problématiques de pouvoir d'achat. Les 10 cas recensés parlent de prix dès la première de couverture soit par des mentions ou accroches comme Carrefour, Atac, Cora et Casino. Soit par la présence de produits prix pour Super U et Hyper U, pour Leclerc et Carrefour, ainsi qu'Atac et Match. Seule Auchan se distingue avec la livraison gratuite.
- 5/ 9 enseignes démarrent leurs opérations entre le 2 et le 4 mars, seule Champion démarre le 11 mars
- 6/ La durée des opérations est de 11 ou 12 jours pour tous les supers, Carrefour fait durer son opération 19 jours et Auchan la prolonge jusqu'au 6 juin !
- 7/ Atac ne communique que 24 produits, Simply Market 67, mais le champion incontesté est Auchan avec 311 produits devant Hyper U 298 produits ! Logique donc que Auchan propose le catalogue le plus développé avec 96 pages, logique aussi que sa durée soit de 97 jours !

Rubrique réalisée en partenariat avec Le Site Marketing, source : Flash Actualités



En savoir plus sur Flash Actualités, synthèse mensuelle quanti et quali des actions commerciales de grande distribution : <http://www.lesitemarketing.com>