Montfort et Carrefour simplifient le rayon

Le 25 novembre 2010 par Marie Cadoux

Mots clés : Merchandising, Carrefour, Commerce - Distribution, foie gras entier, Montfort

Le numéro deux du foie gras a convaincu Carrefour d'adopter un plan d'implantation à la référence et de simplifier la lecture du linéaire. Une démarche saluée par l'Institut français du merchandising.

Marché saisonnier par excellence, le foie gras réalise 80 % de ses ventes durant les trois premières semaines de décembre. L'offre est abondante et complexe, déterminée par le segment et par le conditionnement. Pour faire évoluer le marché, l'équipe marketing de Montfort, numéro deux du secteur, a travaillé depuis deux ans à une vision stratégique et catégorielle du foie gras au rayon frais en GMS.

Des études menées en interne et en externe, il ressort trois grands enseignements. D'abord, acheter du foie gras reste un acte de plaisir presque assimilé à un cadeau. Il est donc important d'adopter une démarche de séduction et de rendre accueillant le rayon, dans lequel on passe en moyenne deux minutes quinze, contre une minute en épicerie. Ensuite, on entre dans le linéaire par le segment. Les critères d'achat privilégiés varient : qualité pour le foie gras entier et pour le cru, prix pour le bloc. Enfin, le client arrive en rayon avec un budget et un nombre de convives à régaler.

Séduire et expliquer

Après avoir analysé ces éléments, Montfort s'est tourné vers Carrefour pour établir une nouvelle démarche pour le linéaire. En septembre 2009, un plan d'implantation à la référence a été proposé aux équipes du distributeur, qui a été testé avec la centrale d'achats en situation réelle. L'offre a été structurée et définie selon la taille des magasins (5 typologies) en privilégiant une entrée par segment et par conditionnement. La structuration de l'offre tient compte du point de vente et, notamment, de la performance réalisée la saison précédente. Un travail sur le balisage prix a été effectué afin de simplifier la lecture pour le client. Et la dimension plaisir a été valorisée via un dispositif de théâtralisation. Mais attention, la séduction s'est doublée d'un effort de pédagogie avec mise à disposition d'une PLV qui explique les différents segments.

En 2010, les implantations ont concerné l'ensemble des hypers Carrefour (220 unités). La démarche a aussi été proposée aux plus gros Carrefour Market. Car les résultats seraient à la hauteur des espérances. Discrète sur les chiffres, Marie-Josée Jousselin, directrice marketing de Montfort, assure que ces implantations ont permis d'obtenir une croissance à deux chiffres, soit une progression supérieure à celle du marché. De quoi convaincre d'autres distributeurs d'adopter un plan d'implantation à la référence. Auchan a déjà répondu oui ! L'enjeu est de taille. Au-delà de la progression du marché en fin d'année, il s'agit de montrer que le foie gras est bien un rayon stratégique et pourrait être un vecteur de croissance du chiffre d'affaires tout au long de l'année...

Santé | 24 Décembre 2010

Carrefour rappelle des foies gras

Carrefour rappelle 700 mini-terrines de foie gras de canard frais entier contaminées par de la listéria. L'entreprise met à disposition un numéro de téléphone pour les consommateurs, à quelques heures du réveillon.

Pour le réveillon, gare à l'indigestion et à... la listéria. La chaîne de supermarchés Carrefour a en effet rappelé jeudi des mini-terrines de foie gras de canard frais entier qu'elle vend sous la marque Carrefour Sélection. Près de 700 produits auraient été contaminés par de la listéria, une bactérie en forme de bâtonnet.

L'entreprise procède donc *"immédiatement au retrait de ces produits"* et informe les *"consommateurs avec des affiches apposées dans les magasins concernés"*, indique Carrefour dans un communiqué. En tout, 26 Carrefour et Carrefour market sont concernés. Les trois lots incriminés sont référencés T183270, T18327R et T18327C, avec une date de péremption comprise entre le 20 et le 28 août 2011.

La bactérie a été repérée après des tests de contrôle. *"Les personnes qui auraient consommé ce produit et qui présenteraient de la fièvre, isolée ou accompagnée de maux de tête, sont invitées à consulter leur médecin traitant en lui signalant cette consommation"*, ajoute Carrefour. Si ces symptômes désagréables ne sont pas très dangereux, la listéria peut provoquer une infection dite "listériose", qui peut causer la mort des personnes les plus faibles (enfants et personnes âgées).

Pour tout renseignement, les consommateurs peuvent contacter Carrefour au **0 805 900 021**.

Cet avis a été évalué par 45 membres de Ciao en moyenne: **très intéressant**

REFLETS DE FRANCE :

FOIE GRAS DE CANARD DU SUD-OUEST
GARANTIR L'ORIGINE JUSQU'AU PRODUCTEUR
FABRIQUE ET CUISINE PAR EURALIS A MAUBOURGUET
HAUTES PYRENEES
CANARD ENGRAISSE PAR :
NOM ET ADRESSE DE L'EXPLOITANT !
Sur la troisième face du recto on trouve une CERTIFICATION :
FOIES GRAS DE CANARD ENTIERS possèdent l'IDENTIFICATION GEOGRAPHIQUE PROTEGEE DU SUD-OUEST (IGP). Cahier des charges très rigoureux concernant à tous niveaux les animaux et la fabrication