



SUPERMARCHÉ CASINO SAINT DIDIER

Centre commercial - Les Belles Feuilles

75016 Paris

MÉMO

1. LES OBJECTIFS DU CONCEPT

- Rassembler les meilleurs produits des producteurs locaux ou artisans (TPE/PME) dans plusieurs régions de France proposant une offre large : produits laitiers, salaisons, maraîchage, produits d'épicerie et liquides,
- apporter son soutien aux filières de production locales,
- favoriser la valorisation des circuits courts et les produits de terroirs,
- soutenir la croissance et l'emploi,
- encourager les entreprises à produire en France par des aides à la relocalisation et la création d'un label « made in France »,
- « surfer » sur une tendance du marché,
- proposer des produits sélectionnés localement, pour leur qualité et leur goût, et ce dans un rayon de 80 kilomètres autour du magasin,
- avoir une politique produit équivalente à celle des concurrents,
- répondre à la demande des consommateurs de plus en plus sensibles à l'origine des produits,
- répondre aux attentes des consommateurs de plus en plus attirés par les produits locaux, pour des raisons aussi diverses que l'écologie, l'économie locale ou encore la sécurité alimentaire,
- rassurer le consommateur dans un contexte de crise alimentaire (ex : listériose, salmonellose, virus Ébola, scandale de la viande de cheval, ...),
- garantir que le produit a été fabriqué par une entreprise respectant une réglementation qui protège les salariés,
- déclarer qu'il s'agit d'un gage de meilleur respect de l'environnement.

2. L'OFFRE MEDIF

En Île-de-France, 38 fournisseurs ont été présélectionnés et livrent la plateforme de Rungis, qui approvisionne 50 magasins. Ce sont 300 produits référencés au total (hors fruits et légumes) pour une moyenne de 110 produits par magasin.

3. LA LOGISTIQUE EN ÎLE DE FRANCE

- Au niveau national, les commandes sont livrées directement du producteur au point de vente,
- en Île-de-France, les magasins commandent auprès des différents fournisseurs. Les produits de ces fournisseurs transitent par TFP LOGISTIC (plate-forme de Rungis) avant d'être livrés dans les magasins CASINO (2 vagues de livraison).





SUPERMARCHÉ CASINO SAINT DIDIER

Centre commercial - Les Belles Feuilles

75016 Paris

4. LA COMMUNICATION MEDIA ET HORS-MEDIA

a) la communication media

- affichage : lors de la semaine MANGER LOCAL : campagne d'affichage réalisée par JCDecaux sur 440 emplacements et par l'agence Insert sur 1 800 emplacements,
- plus de 600 000 encarts publicitaires ont été insérés dans des magazines culinaires,
- presse : 50 000 exemplaires du « Journal Officiel » ont été distribués en amont dans Paris et mis à disposition dans les établissements participants.

b) la communication hors-media

- événementiel les samedi 21 et dimanche 22 septembre 2013 par la tenue d'un grand festin sur les Berges de Seine ; l'enseigne Casino en était le partenaire distributeur exclusif (parrainage),
- prospectus, animations en magasin, publipostages auprès de la clientèle encartée,
- signalétique omniprésente à l'extérieur et à l'entrée du magasin ; en rayon, signalétique aérienne, en réglette.

La signalétique permet :

- de connaître et reconnaître facilement cette nouvelle gamme de produits « LE MEILLEUR D'ICI »,
- de faciliter leur repérage en magasin,
- de bénéficier d'une très bonne visibilité,
- d'utiliser une forte identité visuelle grâce au packaging qui présente une photo emblématique du paysage local ainsi qu'une photo du producteur partenaire (fiche producteur), ceci afin de mettre un visage sur un produit fabriqué très souvent artisanalement.



Période		Juin 2013 - Février 2014			
Magasin		Casino Saint Didier			
Linéaire		Épicerie Sèche			
Fournisseurs	Code	CA HT (€)	Linéaire alloué (ml)	Rendement par ml (€)	Observation éventuelle (sur-représenté ; sous-représenté)
GUYAUX	S088077-	1 205,85	1,08	1 116,53	
ANDRESY CONFITURES	S230545-	4 390,04	5,77	760,84	sur-représenté
HAMETTE FRANCOIS	S325326-	1 829,95	1,26	1 452,34	
DES LIS CHOCOLATS	S325329-	4 318,98	2,65	1 629,80	
VERGERS DE MOLIEN (LES)	S325348-	3 472,80	0,60	5 788,00	sous-représenté
BRIARDS ASSAISONNEMENTS	S325349-	1 354,75	1,45	934,31	
KUBLI	S325391-	775,50	1,33	583,08	sur-représenté
GALLIA 1890 PARIS	S325392-	436,58	1,33	328,26	sur-représenté
DU VAL (EARL)	S325511-	352,30	1,16	303,71	sur-représenté
BRASSERIE VALLÉE DE CHEVREUSE	S325512-	239,70	0,25	958,80	
BRASSERIE RABOURDIN HUBERT	S325570-	166,80	1,08	154,44	sur-représenté
JANIC (EARL)	S325572-	1 206,67	0,33	3 656,58	sous-représenté
BISCUITERIE ERTE	S325598-	3 816,90	4,16	917,52	
L'HERBIER DE MILLY LA FORÊT	S325613-	478,95	1,00	478,95	sur-représenté
FERME DU GRAND CLOS	S325615-	2 106,75	1,33	1 584,02	
LECOQ PASCAL	S325674-	2 248,55	1,33	1 690,64	
VERON APICULTURE	S325753-	934,45	0,34	2 748,38	sous-représenté
TOTAL GÉNÉRAL		29 335,52	26,45	1 109,09	



ANNEXE 3 : OPTIMISATION DU LINÉAIRE CONSERVES SALÉES MEDIF

Fournisseurs	Produits	CA HT (€)	Linéaire attribué (ml)	Part du CA HT (%)	Part du linéaire en (%)	Indice de sensibilité au CA	Linéaire optimum (ml)	Nbre de frontales	Linéaire alloué (ml)
JANIC									
16792	12 ESCARGOTS FR.M. BOUCHÉE 175 g	297,02	0,08	5,34	2,70	1,98	0,16	2	0,16
16805	12 ESCARG.F.ASSIET.F./BOUR. 110 g	472,40	0,08	8,49	2,70	3,14	0,25	3	0,24
17410	ESCARGOTS x 48 CHABLIS B 400 g	260,80	0,10	4,69	3,38	1,39	0,14	2	0,20
17436	SUPRÊME D'ESCARGOTS BOCAL 80 g	176,45	0,08	3,17	2,70	1,17	0,09	1	0,08
Totaux JANIC		1 206,67	0,34	21,70	11,49	1,89	0,64	8	0,68
FERME DU GRAND CLOS									
17295	CASSOULET CONFIT CANARD 450 g	102,60	0,10	1,84	3,38	0,55	0,05	1	0,10
17321	CONFIT 2 CUISSSES 320 g	162,00	0,10	2,91	3,50	0,83	0,09	1	0,10
17331	GÉSIEERS CONFITS 200 g	126,75	0,10	2,28	3,50	0,65	0,07	1	0,10
27441	FOIE GRAS CND ENTIER CONSER 180 g	780,40	0,16	14,03	5,41	2,60	0,42	5	0,40
27491	RILLETES PUR CANARD 200 g	79,20	0,10	1,42	3,50	0,41	0,04	1	0,10
27524	RILLETES P.CND AU F.GRAS 100 g	302,55	0,16	5,44	5,41	1,01	0,16	2	0,16
27553	TERRINE DE CANARD 180 g	148,90	0,18	2,68	6,08	0,44	0,08	1	0,09
27631	TERRINE CND MAGRET FUMÉ 180 g	55,90	0,09	1,01	3,04	0,33	0,03	1	0,09
27635	TERRINE CANARD POIVRE VERT 180 g	137,15	0,09	2,47	3,04	0,81	0,07	1	0,09
27652	TERRINE CND PIMENT ESPEL. 180 g	211,30	0,18	3,80	6,08	0,62	0,11	1	0,09
Totaux FERME DU GRAND CLOS		2 106,75	1,26	37,88	42,57	0,89	1,12	15	1,32
LECOQ PASCAL									
17095	LENTILLES VERTES CONFIT CANARD 750 g	297,85	0,10	5,36	3,38	1,59	0,16	2	0,20
17101	LENTILLES VERTES CUISINÉES 750 g	70,20	0,10	1,26	3,38	0,37	0,04	1	0,10
17136	CONFIT DE CANARD 2 CUISSSES 375 g	233,10	0,20	4,19	6,76	0,62	0,12	1	0,10
27717	TERRINE CANARD ÉCHALOTES 180 g	312,00	0,18	5,61	6,08	0,92	0,17	2	0,18
27724	TERRINE CANARD SS PORC 180 g	338,10	0,18	6,08	6,08	1,00	0,18	2	0,18
27744	RILLONS AUX ÉCHALOTES 180 g	137,50	0,20	2,47	6,76	0,37	0,07	1	0,10
27898	RILLETES DE CANARD 180 g	315,90	0,20	5,68	6,76	0,84	0,17	2	0,18
27919	RILLETES AU FOIE DE CANARD 180 g	543,90	0,20	9,78	6,76	1,45	0,29	3	0,27
Totaux LECOQ PASCAL		2 248,55	1,36	40,43	45,95	0,88	1,20	14	1,31
TOTAL GÉNÉRAL		5 561,97	2,96	100,00	100,00		2,96	37	3,31



ANNEXE 4 : RÉORGANISATION DE L'OFFRE MEDIF : ÉPICERIE SÈCHE



SUPERMARCHÉ CASINO SAINT DIDIER

Centre commercial - Les Belles Feuilles

75016 Paris

De : Manager PGC

À : Yann Moal, directeur magasin

Objet : Analyse des performances du linéaire

Date : jour de l'épreuve

P.J. : Calcul des rendements par fournisseur

Calcul des indices de sensibilité

Yann,

Suite à votre demande, je vous expose mon analyse du linéaire MEDIF :

linéaire épicerie sèche « LE MEILLEUR D'ICI » se compose de :

- un meuble de 1,33 m de large et 2,15 m de haut sur 7 niveaux, soit 9,31 m de linéaire développé,
- un meuble de 1,33 m de large et 2,15 m de haut sur 8 niveaux, soit 10,64 m de linéaire développé,
- un meuble de 50 cm de large et 2,15 m de haut sur 8 niveaux, soit 4 m de linéaire développé,
- un îlot de 50 cm de large sur 5 niveaux, soit environ 2,5 m de linéaire développé.

Au total, le MEDIF est implanté sur 26,45 m de linéaire développé.

- Le meuble 1 contient des bières, des conserves salées, des huiles et assaisonnements ainsi que des confitures,
- le meuble 2 contient des confitures, du miel, des bonbons et des chocolats,
- le meuble 3 contient des tisanes, des chocolats, des sirops et des gâteaux,
- l'îlot est consacré exclusivement aux gâteaux du fournisseur BISCUITERIE ERTE.

On constate un manque de cohérence dans l'offre, particulièrement dans le meuble 1 où salé et sucré sont mélangés.

De plus, le relevé de linéaire du 18/03 laisse apparaître de nombreuses ruptures de stock.

Représentation des fournisseurs

On recense 17 fournisseurs différents.

Après calcul des rendements de chaque fournisseur, nous pouvons observer que :

- les trois fournisseurs ayant le meilleur rendement sont sous-représentés dans le linéaire :
 - > LES VERGERS DE MOLIEN (rendement de 5 788 €/m et seulement 60 cm accordés),
 - > JANIC (3 656,58 €/m et seulement 33 cm accordés),
 - > VERON APICULTURE (2 748,38 €/m et seulement 34 cm accordés),
- 2 fournisseurs au rendement faible occupent un linéaire important :
 - > ANDRESY CONFITURES (760,84 €/m et 5,77 m accordés),
 - > BISCUITERIE ERTE (917,52 €/m et 4,16 m accordés).





SUPERMARCHÉ CASINO SAINT DIDIER

Centre commercial - Les Belles Feuilles

75016 Paris

Les fournisseurs KUBLI, GALLIA, DU VAL et BRASSERIE RABOURDIN HUBERT sont également sur-représentés.

Certains fournisseurs présentent des ruptures de stock : JANIC (3 références en rupture), LA FERME DU GRAND CLOS (2 références en rupture) et LECOQ PASCAL (1 référence en rupture).

Indicateurs du linéaire conserves salées

Le calcul des indices de sensibilité au CA dans les conserves salées nous permettent de constater que sont sous-représentés :

- JANIC, indice moyen 1,89, en particulier pour la réf 16805 (indice 3,14),
- LA FERME DU GRAND CLOS, indice moyen 1,12, pour la référence 27441 (2,6),
- LECOQ PASCAL, indice moyen de 1,20, pour deux références : le code article 17095 à 1,59 et le code article 27919 à 1,45.

On constate de nombreuses références avec un indice de sensibilité < 1 , mais la consigne est de garder une frontale minimum pour une offre qualitative.

LES PRÉCONISATIONS D'IMPLANTATION

Afin de rendre l'offre plus cohérente, je suggère de consacrer :

- le meuble 1 à une offre salée + liquides en déplaçant les confitures dans le meuble 2, ce qui permet d'accorder plus de place aux conserves salées, selon vos consignes
- et le meuble 2 à une offre sucrée.

Meuble 1

Proposition 1

- accorder la place ainsi dégagée sur le meuble 1 au fournisseur JANIC, dont le linéaire doit être augmenté de 0,34 m soit 8 frontales au total 0,68 m,
- pour LA FERME DU GRAND CLOS, passer la référence 27441 à 5 frontales (linéaire total de 1,32 m, soit 1 étagère),
- pour LECOQ PASCAL, passer les références 17095 et 27919 respectivement à 2 et 3 frontales (linéaire occupé : 1,31m, soit 1 étagère),
- garder une frontale de 1 au moins pour toutes les références ayant un indice < 1 .





SUPERMARCHÉ CASINO SAINT DIDIER

Centre commercial - Les Belles Feuilles

75016 Paris

Cette nouvelle organisation entraîne un nouveau linéaire conserves salées de 3,31 m au lieu de 2,96 m. On récupère ce nouveau linéaire en déplaçant les confitures du meuble 1 au meuble 2.

Proposition 2

Accorder un niveau entier (1,33 ml) au fournisseur JANIC pour une meilleure cohérence de l'offre. En effet, la place accordée aux bières GALLIA et RABOURDIN HUBERT peut être diminuée au profit des conserves salées, les vinaigres et moutardes POMMERY de BRIARDS ASSAISONNEMENTS peuvent être déplacés à la place des confitures.

Meuble 2

- supprimer les références les moins vendues pour les confitures ANDRESY,
- dégager ainsi un espace sur le meuble 2 qui sera alloué au fournisseur LES VERGERS DE MOLIEN afin d'équilibrer l'offre confiture entre les deux fournisseurs,
- la place accordée aux bonbons KUBLI peut aussi être diminuée.

Approvisionnements

La fréquence des approvisionnements des références qui sont en rupture doit être augmentée et les commandes passées en quantité suffisante pour remplir les étagères.



ANNEXE 5 : PRÉPARATION DE LA COMMANDE DU FOURNISSEUR JANIC

Fournisseur	Produit	Quantités en stock en rayon	Capacité de stockage	Quantité à commander en UVC
JANIC				
16792	12 ESCARGOTS FR.M.BOUCHEE 175 g	0	2 x 6 x 2	24
16805	12 ESCARG.F.ASSIET.F/BOUR. 110 g	0	3 x 5 x 6	90
17410	ESCARGOTS x 48 CHABLIS B 400 g	0	1 x 5 x 2	10
17436	SUPRÊME D'ESCARGOTS BOCAL 80 g	16	1 x 5 x 3	0
TOTAL				124





BON DE COMMANDE

Site 75272 SM CASINO PARIS ST DIDIER
 No. commande **137** du **19 mars 2014** Code fourn. S325572 JANIC (EARL) No filière 1 Contrat comm. 216250

Livré par
 TFP LOGISTIC
 30, AVENUE DE LA VILLETTE
 94150 RUNGIS

Livré à
 SM CASINO PARIS ST DIDIER
 16 RUE DES BELLES FEUILLES
 75016 PARIS

Facturé par
 JANIC (EARL)
 FERME DE L'ÉCLUSE
 77830 PAMFOU

Facturé à
 SM CASINO PARIS ST DIDIER
 16 RUE DES BELLES FEUILLES
 75016 PARIS

Commande exprimée en **EUR**
 Relevé **1** Type paiement

Divers

Taux de change **1.**
 Soumis à la T.V.A **non**

ÉLÉMENTS DE COMMANDE

DÉSIGNATION ARTICLE		QUANTITÉ UVC	UNITÉ DE COMMANDE	PRIX UNITAIRE UVC	MONTANT
Code article	Libellé				
16792	12 ESCARGOTS FR. M. BOUCHÉE - 175 g	24	4	4,07	97,68
16805	12 ESCARGOTS F. ASSIET. F/BOURG. - 110 g	90	15	4,03	362,70
17410	ESCARGOTS x 48 CHABLIS B - 400 g	12	2	9,13	109,56

TOTAL HT

569,94

LIVRAISON PRÉVUE

25 mars 2014



ANNEXE 7 : SÉLECTION DES FACTEURS D'AMBIANCE

Facteur sélectionné	Justification	Coût HT (€)
Vitrine réfrigérée sur roulettes	<ul style="list-style-type: none"> répond aux règles d'hygiène et sécurité possède une réserve arrière équipée d'un plan de travail, permet de préparer la dégustation au gré des passages des clients vitrine réfrigérée utilisée sur les marchés 	98 x 3 jours = 294
Gazon synthétique	<ul style="list-style-type: none"> en cohésion avec l'univers du produit renforce la « naturalité » du produit matérialise l'espace d'animation/dégustation répond aux règles d'hygiène et sécurité (hypoallergénique, hygiène facile à maintenir) coût peu élevé 	22
Borne interactive	<ul style="list-style-type: none"> aucun frais mobilisé en adéquation avec la digitalisation du point de vente développé par l'enseigne et le point de vente de Saint Didier développe du contenu sur l'univers du produit (interview du producteur, film sur la fabrication des produits, idées recettes...) 	0
Bidons de traite	<ul style="list-style-type: none"> en adéquation avec l'univers produit connotation d'un mode de production artisanal coût peu élevé 	21
TOTAL		337



ANNEXE 8 : LISTE DES ÉLÉMENTS D'INFORMATION FIGURANT SUR LA PLV

Numéro	Élément	Justification
2	Site Internet www.supercasino.fr/-paris-saint-didier	<ul style="list-style-type: none"> • permet d'augmenter le trafic sur le site de l'enseigne • renvoie vers plus de contenus (offre globale de l'enseigne, offre spécifique « LE MEILLEUR D'ICI Île-de-France »)
4	Charte d'engagement	<ul style="list-style-type: none"> • développe l'image de marque de l'engagement Casino dans une consommation raisonnée (principe du « LE MEILLEUR D'ICI ») • précise le respect des engagements de Casino Saint Didier • positionne le produit dans une démarche qualité
1	Logo « LE MEILLEUR D'ICI »	<ul style="list-style-type: none"> • obligatoire puisque le produit est labellisé « LE MEILLEUR D'ICI » • développe l'image de marque de Casino Saint Didier
8	Flash code	<ul style="list-style-type: none"> • support d'information en cohérence avec la digitalisation du groupe Casino • cible tout particulièrement une clientèle à développer : les jeunes cadres • permet de développer du contenu (interview producteur, fiches recettes, valorisation du produit par son origine, ses modes de fabrication...)
9	Logo producteur	<ul style="list-style-type: none"> • identifie le fournisseur et donc la traçabilité du produit • développe l'image de marque de Casino Saint Didier en valorisant ses fournisseurs



ANNEXE 9 : CHOIX DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Support de communication choisi		Justification	Coût HT (€)
Media	Internet	<ul style="list-style-type: none"> développer le trafic en point de vente via le trafic internet en cohérence avec la communication globale de l'opération permet d'offrir du contenu aux clients internautes (interview producteur, fiches recettes, valorisation du produit par son origine, ses modes de fabrication...) coût nul 	Fourni par les services internet du siège social
Hors-media	e-mailing	<ul style="list-style-type: none"> support d'information en cohérence avec la digitalisation du groupe Casino communication personnalisée avec la clientèle canal privilégié par la clientèle pour s'informer de l'actualité d'une marque permet de développer du contenu (interview producteur, fiches recettes, valorisation du produit par son origine, ses modes de fabrication...) coût nul 	70
TOTAL			70



ANNEXE 10 : CONTENU DU MESSAGE POUR LE SUPPORT HORS-MEDIA

Objet : la Ferme de la Tremblaye vous invite...

Vous appréciez les produits du terroir... Vous êtes un fin gourmet !

Votre supermarché Casino accueille la Ferme de la Tremblaye !

Les 10, 11 et 12 Avril 2014

Venez déguster un délicieux fromage de chèvre de notre région !

Bénéficiez de notre offre exceptionnelle de réduction de 5 €
à valoir sur un panier* de 25 € de produits

LE MEILLEUR D'ICI ÎLE-DE-FRANCE

(* panier contenant au moins 1 fromage de chèvre de la Ferme de la Tremblaye)

À très bientôt !

L'équipe Casino Saint Didier

PS : retrouvez tous les produits LE MEILLEUR D'ICI ÎLE-DE-FRANCE sur www.supercasino.fr/-paris-saint-didier

