

N° 171 AVRIL 2018  
TGC - Editions DAUVERS  
12 D rue des Landelles - 35510 Cesson  
02 99 50 18 90 [olivier@olivierdauvers.fr](mailto:olivier@olivierdauvers.fr)

## LE CONFLIT ENTRE LECLERC ET COCA-COLA EST DÉSORMAIS PUBLIC

# Leclerc / Coca : la routine...

**LES FAITS.** Plusieurs médias grand public ont évoqué aujourd'hui le conflit qui oppose Leclerc à Coca-Cola et qui se traduit par une pénurie de soda dans quelques hypers.

Rien de nouveau, certes, mais la reprise en boucle du conflit qui oppose Leclerc à Coca-Cola donne à l'information un air apparent de fraîcheur. **Donc, oui, Leclerc et Coca-Cola sont fâchés.**

**Et bien fâchés !** Voilà en effet bientôt un mois que, faute d'un accord dans les temps impartis à la négociation, Leclerc a décidé de "sacrifier" Coca-Cola, affiché à 1,15 € en rayon (et révélé sur mon blog dès le 16 mars). Un prix 15 à 25 centimes en deçà du marché. Énorme pour une référence star. Et inacceptable pour Coca-Cola soucieux à la fois de son positionnement prix comme de la rentabilité de ses clients. A 1,15 € la bouteille de 1,5 l, nul besoin d'être informé pour comprendre que Leclerc est "à la planche". Et que **chaque fois qu'un concurrent baissera son PVC pour se rapprocher de Leclerc, il perdra en rentabilité.** Comme une enseigne est rarement proactive pour diffuser un produit à la rentabilité jugée insuffisante, Coca-Cola en pâtira.

Logiquement, les premières ruptures sont vite survenues. Leclerc a alors à la fois tenté de les éviter (en s'approvisionnant notamment en Europe de l'Est) et de les justifier en les revendiquant sur l'air "Leclerc défend votre pouvoir d'achat". De quoi donner une visibilité nouvelle à un conflit déjà bien installé.



### Un conflit qui n'a rien d'exceptionnel

Quelques utopistes dussent-ils en souffrir, **il y a une forme de routine dans le conflit Leclerc / Coca. Ou, dit autrement, rien de vraiment nouveau.** Dans le cadre général de la négociation d'abord... Qui pouvait imaginer sérieusement que quelques réunions même habilement mises en scènes rue de Varenne (les États Généraux de l'Alimentation pour les mal-comprenants) auraient transformé les "négos" en étreintes lascives Pire... L'attention particulière attendue envers les "petits fournisseurs" a naturellement ré-orienté l'agressivité latente des acheteurs vers les plus gros comptes. Et, là, le géant

d'Atlanta se pose forcément en tête de gondoles des fournisseurs (réellement ou supposément) omnipotents. Une cible parfaite, à défaut d'être légitime.

Rien de bien nouveau non plus dans les postures des protagonistes. La... routine ! Pour Coca-Cola, résister à Leclerc pour imposer son tarif c'est légitimer sa politique commerciale vis-à-vis de l'ensemble du marché. **Pour Leclerc, Coca-Cola n'est qu'un énième scalp qu'il faut décrocher pour nourrir le positionnement consommériste de l'enseigne.** Car, d'évidence, Leclerc a intérêt à une large publicité du conflit. Impressionner la ménagère par tant de résistance, quitte à priver ses enfants de leur soda préféré : rien

ne plaît davantage chez Leclerc. Chevalier blanc, rôle d'une vie...

**Une fois public – ce qui est donc désormais le cas – le conflit a atteint son objectif et la sortie de crise peut s'enclencher. Ça aussi, c'est... la routine.** Car, économiquement, ni Coca-Cola ni Leclerc ne peuvent trouver intérêt à faire durer la situation, surtout à quelques semaines de la Coupe du Monde (un événement "Coca" au même titre que les JO par exemple). Pour Leclerc, se passer officiellement de Coca-Cola pour s'approvisionner en parallèle, c'est aussi renoncer au soutien publi-promotionnel qui va avec. Ce qui, pour le coup, serait tout sauf... la routine !

Olivier Dauvers

# BIENTÔT DISPONIBLE

# STORE CHART

édition 2018  
France



## L'Affiche et le Book

Pratiques, efficaces et structurés, l'Affiche et le Book **STORE CHART FRANCE** sont **DEUX OUTILS** indispensables pour tout connaître de la distribution alimentaire.

Et toujours avoir **les chiffres clés** du secteur et des enseignes sous la main !

## Tarifs HT 2018

Affiche.....	150 €
Book :	
- "papier" à l'unité .....	70 €
- numérique (pdf, multidiffusion, spécial force de vente).....	790 €
Pack (Affiche + 3 Books "papier").....	310 €

*Dégressif et autres formules sur demande*

## DEUX OUTILS COMPLÉMENTAIRES

- Une AFFICHE grand format (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.
- Un BOOK format A5 avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. A emporter partout grâce à son format pratique et tout terrain. Existe aussi en version numérique (pdf, multidiffusion), idéale pour votre force de vente.

Commande et demande d'extrait :  
**florence.taillefer@editionsdauvers.fr**

Une publication

éditions  
**DAUVERS**