

# LES DOSSIERS

## GRANDE CONSO

SAINT-NICOLAS (54)

LA VISITE

J'AIME / J'AIME PAS

SUPERMARCHÉ

MATCH



**J'AIME**





Saint Nicolas (du nom du patron de la Lorraine) est connu pour sa basilique et ses vitraux colorés. L'auvent et les couleurs rappellent cette particularité locale qui n'a pas échappé aux quelques clients interrogés sur le parking.





S'engager sur la qualité de la relation dès l'entrée du magasin (et aussi en évidence) a un double intérêt : le dire aux clients, le rappeler au personnel.





Au-delà de l'entrée par les fruits et légumes (qui est quand même courante en supers), c'est l'implantation perpendiculaire (et en zone basse) qui est ici intéressante. Elle participe à dégager totalement la perspective et donne à la zone frais une réelle puissance visuelle.



**Marché**

DES EXPERTS À  
VOTRE SERVICE  
QUI PRIVILEGIENT LA  
PRODUCTION LOCALE

TOUJOURS  
LA BANANE !



CORBILLE DE  
FRUITS  
À LA DEMANDE  
**FRAÎCHEUR**

C'EST TOUS LES JOURS LE MARCHÉ

supermarchesmatch.fr

**LE MARCHÉ**

“L’incarnation” des hommes (ou femmes) est un élément de réassurance. Pas de “mannequin” en photo mais celui qui a réellement la charge du rayon fruits et légumes. Le plafond, composé de dalles végétales, est aussi une réussite.





L'ouverture sur l'atelier (tout farine).  
Rare en supermarché.

**LES DOSSIERS**  
GRANDE CONSO

éditions  
**DAUVERS**

# la BOULANGERIE

**Le pétrissage**  
de la farine, de l'eau, du levain et du savoir-faire !

**Le façonnage**  
pour donner la forme parfaite à chaque pain...

**L'enfournement**  
à la température idéale pour un pain doré et croustillant !

Brioches



Pétris et cuit sur place par nos boulangers

ciaux



Baguettes



Viennoiseries

Pains classiques



Baguette



Le sol en béton poli caractéristique des dernières réalisations de Match. A surface identique, c'est une (légère) économie. Mais c'est surtout un élément participant à une expérience d'achat premiumisée. Un défaut néanmoins : les taches s'estompent avec difficulté.

NOS PROFESSIONNELS  
DÉPLOIENT TOUT LEUR  
SAVOIR-FAIRE  
POUR CRÉER DES  
RECETTES  
EXCLUSIVES



ICI  
DANS NOTRE  
ATELIER

NOS PROFESSIONNELS  
DÉPLOIENT TOUT LEUR  
SAVOIR-FAIRE  
POUR CRÉER DES  
RECETTES  
EXCLUSIVES



Le  
CHÂRCUTERIE

La  
Crémèrie



Match multiplie la communication sur la fabrication sur place. Et en a créé un concept qui vit sur l'ensemble de la zone trad : "préparé par nos soins" (PPNS en langage Match).



**MATCH** 54210 ST NICOLAS DE PORT  
**PÂTES CARBO REVISITÉES**

Date: 18.04.2018	A consommer jusqu'au: 22.04.2018	<b>PRIX A PAYER</b> <b>4.25 €</b>
Prix au Kg 13.71 €/kg	Poids Net N 0.310 kg	

France Pâtes rotelle (64.5%): semoule de BLE (GLUTEN) dur, DEUFS, eau, huile de tournesol, sel Crème fraîche épaisse: CREME (LAIT) fraîche pasteurisée, amidon transformé de maïs, stabilisants: farine de graine de caroube, gomme agar pectines, ferments lactiques sélectionnés Bacon: Poitrine de porc Sel, Sucre, émulsifiant: Sodium Tri phosphate (E451-1), Arômes de Fumée, Conservateur: Grana Padano ROPPA, Nitrite de sodium (E250) Padano ROPPA, Lactine de sel, pré-sé, réchauffer au stov...

**MATCH** 54210 ST NICOLAS DE PORT  
**PÂTES CARBO REVISITÉES**

Date: 18.04.2018	A consommer jusqu'au: 22.04.2018	<b>PRIX A PAYER</b> <b>4.25 €</b>
Prix au Kg 13.71 €/kg	Poids Net N 0.310 kg	

France Pâtes rotelle (64.5%): semoule de BLE (GLUTEN) dur, DEUFS, eau, huile de tournesol, sel Crème fraîche épaisse: CREME (LAIT) fraîche pasteurisée, amidon transformé de maïs, stabilisants: farine de graine de caroube, gomme agar pectines, ferments lactiques sélectionnés Bacon: Poitrine de porc Sel, Sucre, émulsifiant: Sodium Tri phosphate (E451-1), Arômes de Fumée, Conservateur: Grana Padano ROPPA, Nitrite de sodium (E250) Padano ROPPA, Lactine de sel, pré-sé, réchauffer au stov...



Tant qu'à revendiquer de préparer sur place autant l'assumer ! Bonne idée de revisiter des recettes. Ici, les "carbo" s'enrichissent d'un œuf mollet et le bacon remplace les lardons.



A l'exception du Roquefort Société, tous les fromages de marque ont disparu de la coupe. Seule réassurance, la marque terroir de l'enseigne (commune avec Cora) : Patrimoine Gourmand, laquelle représente plus d'une référence sur trois et contribue ainsi à "signer" le rayon.





Pour démarquer les propositions plus élaborées (et donc plus valorisées) du rayon, Match a choisi un meuble différent en entrée de rayon boucherie.



Un espace bio digne d'un petit hyper dans sa théatralisation comme dans son offre : 1 100 références dont 70 silos pour le vrac. Rare en super.



CHIPS LAYS DEEP R. BARBEC.  
120G  
12.41 € / Kg  
N R 560 F:1  
1.49 €  
3168930007562



La nouvelle génération d'étiquettes électroniques (SES) qui permet une bonne lecture même lorsque l'œil du client n'est pas en face (la faiblesse des générations précédentes). Voir aussi page suivante.



PEPSI MAX PET 1L  
1.05€

PEPSI MAX 1,5L  
1.29€

COCA-COLA CHERRY PET 1,5L  
1.67€

PEPSI RECYCLER 1,5L  
1.16€

2.17€

1.45€



Peu d'actif investi mais la création  
d'un réel univers beauté.



C'EST TOUS LES JOURS

LES DOSSIERS  
GRANDE CONSO

éditions  
DAUVERS

La BEAUTÉ  
le SURGELÉ  
le POISSON

C'EST TOUS LES JOURS  
LE MARCHÉ AUX

SPORT DU CORPS

EN PROMO



Présentation réussie de l'offre fleurs et plantes tout en consommant peu d'espace marchand !

**J'AIME PAS**



EN PROMO

JAMBON SEC  
EMILIANO  
VILLANI  
14.95 €  
10 kg

EN PROMO

JAMBON SEC  
● Italien  
● 12 mois  
14.95 €  
10 kg



La proposition de valeur n'est pas soutenue par des éléments objectifs, compris par le client. Qui connaît la marque "Emiliano Villani" et que dit-elle au client ? Vérification faite, il s'agit d'un jambon italien, affiné 12 mois. C'est ce qu'il faut dire.



Match a investi 80 K€ dans une operculeuse pour prolonger de 4 jours la DLC des produits frais transformés sur place. Une bonne idée ! Mais l'operculeuse impose une telle hauteur de barquette que lorsque les produits sont présentés à plat, ils sont difficilement visibles pénalisant l'attractivité visuelle du rayon. A minima, il est ici nécessaire d'incliner nettement les tablettes. Au risque néanmoins de limiter le remplissage.



Le professionnalisme d'une enseigne se niche aussi dans les détails et ne concerne pas que la sélection des produits. Mais également, par exemple, la fixation des prix (constitutive de la proposition de valeur). Ici... ça coince avec du comté 12 mois à 19,95 €, du 15 mois à 21,95 € et du 24 mois à 22,95 €. L'étagement des prix n'est pas pertinent. 1 €/kg d'écart entre 15 et 24 mois, c'est trop faible. Ou 3 € entre 12 et 24 mois. Dit (peut-être trop) directement : le 12 mois est trop cher, le 24 mois pas assez !)

SOCIE  
30G

MOZZARELLA VACH  
E 250G CASA AZZ

1,89 €

7,56 EUR le kg

LE 2<sup>ÈME</sup> A -50%

MOZZARELLA BIO  
CASA AZZURRA

LES 2: 3€  
2,25€

1,13€

Holland  
Master  
SINCE 1900

TRANCHES  
AFFINÉES

9  
MOIS  
GOUDA VIEUX  
DE NOORD-HOLLAND

RICHE ET INTENSE  
LEGERS CRISTALIX 4/6



LE 2<sup>ÈME</sup> A -50%

LES 2: 5,12€

20%  
DE REMISE IMMÉDIATE



CAMEMB.GD COEUF  
275G COEUR LIO

1,90 €

6,91 EUR le kg

Match a un objectif problème d'image-prix (seules Cora, Casino et Monoprix sont plus mal jugées sur ce critère). Pourquoi, dès lors, "tomber dans le panneau" des promos industriels destructrices d'image-prix... ? Exemple ici : le camembert Grand Cœur de Cœur de Lion (la version 275 g) est en promo en TG à 6,91 € le kg, lorsque la version classique (250 g) est en fond de rayon à 5,96 €/kg. Aucun intérêt. Une enseigne en délicatesse aec son image-prix doit refuser ces promos.





Le PGC est traité convenablement, certes, mais sans le niveau d'aspérités que le client trouve en produits frais trad, alors qu'il est possible de le faire. Quelques catégories permettraient de faire émerger une offre différenciante, donc fidélisante. Par exemple les huiles. Ici, l'offre est trop classique, à la fois dans la construction et dans la mise en scène. Remarque similaire pour les biscuits (page suivante). Dommage. Car l'impression finale est un PGC correct mais pas au niveau du frais trad qui, lui, est exceptionnel pour un super.



**BÉBÉ CAFÉ** TU



3 Cereales  
CROUSTILLANT  
Cruessli  
Nature



Zone promo visuellement en décalage totale avec l'impression d'ensemble du magasin. Une juxtaposition de palettes sans grande cohérence.



# LES DOSSIERS

## GRANDE CONSO

SAINT-NICOLAS (54)

LA VISITE

J'AIME / J'AIME PAS

SUPERMARCHÉ

MATCH

