

a3 distrib

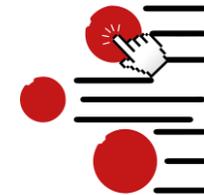
by NielsenIQ



Les temps forts promo du 2nd semestre 2024

HM+SM

Temps Forts 2nd semestre 2024



Dimanche 16 juin 2024

FÊTE DES PÈRES



Du 26 juin au 23 juillet 2024

LES SOLDES



Juin, juillet & août 2024

EVENEMENTS SPORTIFS



Lundi 2 septembre 2024

LA RENTRÉE



Fin août à octobre 2024

LA RENTRÉE DES VINS



31 octobre 2024

HALLOWEEN



Octobre à décembre 2024

LES JOUETS DE NOEL



29 novembre 2024

BLACK FRIDAY

En résumé : Temps Forts 2nd semestre 2024



Dimanche 16 juin 2024

FÊTE DES PÈRES

S20-S24.2024 vs N-1

Pression Promo : **+4,1%**

Evol. Nombre d'UB : **=%**

Taux de générosité : **15%** (-0,5pts)



Du 26 juin au 23 juillet 2024

LES SOLDES

S26-S29.2024 vs N-1

Pression Promo : **+6,2%**

Evol. Nombre d'UB : **+27,4%**

Taux de générosité : **21%** (-1,0pts)



Juin, juillet & août 2024

EVENEMENTS SPORTIFS

Juin & Juillet 2024 vs N-1

Pression Promo : **+42,8%**

Evol. Nombre d'UB : **+10,3%**

Taux de générosité : **15%** (-1,5pts)



Lundi 2 septembre 2024

LA RENTRÉE

juillet & août 2024 vs N-1

Pression Promo : **-4,7%**

Evol. Nombre d'UB : **+9,8%**

Taux de générosité : **13,8%** (-5,1pts)



Septembre à octobre 2024

LA RENTRÉE DES VINS

S35-S44.2024 vs N-1

Pression Promo : **-5,3%**

Evol. Nombre d'UB : **-14,9%**

Taux de générosité : **10%** (+0,8pts)



31 octobre 2024

HALLOWEEN

S39-S43.2024 vs N-1

Pression Promo : **+1,6%**

Evol. Nombre d'UB : **-13,9%**

Taux de générosité : **26%** (+0,8pts)



Octobre à décembre 2024

LES JOUETS DE NOEL

S40-S52.2024 vs N-1

Pression Promo : **-1,6%**

Evol. Nombre d'UB : **-4,9%**

Taux de générosité : **9%** (+0,2pts)



29 novembre 2024

BLACK FRIDAY

S47-S48.2024 vs N-1

Pression Promo : **-29,9%**

Evol. Nombre d'UB : **=%**

Taux de générosité : **23%** (-0,4pts)

LES CHIFFRES CLÉS

Fête des pères

BIÈRES + HABILLEMENT + APÉRITIFS ET ALCOOLS + BIJOUTERIE +
PARFUMERIE + CONFISERIE CHOCOLAT + ÉPILATION RASAGE

Dimanche 16 juin

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : S20-S24.2024 vs N-1



Fête des pères

ANALYSE PROSPECTUS S20-S24.2024 vs N-1

Pages de couverture avec Temps Fort

Auchan Du mardi 11 au lundi 17 juin 2024

Bonne fête Papa!

4€99

AirPods

BRICO! pour tous vos travaux

50€ 149€99

40% 139€99

Auchan.fr

SPECIAL FÊTE DES PÈRES

-20% SUR UNE SÉLECTION DE TONDEUSES ET RASOIRS PHILIPS SIGNALÉS EN MAGASIN*

-50% POILS CORNELLES*

149€

129€

18%

16€06

15%

8,30€

15%

19%

15%

20%

28%

26%

22%

18%

18€15

18€90

18%

18€90

4%

18€15

18€90

4%

18€15

18€90

4%

du mardi 4 au samedi 15 juin

Les HYPERS Bons Plans cora

Foire aux Whiskies

16€15

30%

17€90

18€90

30%

18€90

4%

18€15

18€90

4%

QUANTIEME

le monde à bijoux E.Lecteur

61€

FÊTE DES PÈRES

DU 05 AU 15 JUIN 2024

du mardi 4 au samedi 15 juin

Les HYPERS Bons Plans cora

Foire aux Whiskies

16€15

30%

17€90

18€90

30%

18€90

4%

18€15

18€90

4%

BONNE FÊTE papa

FÊTE DES PÈRES DIMANCHE 16 JUIN

79€

59€

59€

65€

50€

FÊTE DES PÈRES

10€35

20€61

25€65

26€61

24€51

-10% SUR CETTE SÉLECTION

31€41

32€51

36€61

39€51

41€51

-1€

45€90

-20%

38€

LABIS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

MARCHÉS : BIÈRES+HABILLEMENT+APÉRITIFS ET ALCOOLS+BIJOUTERIE+PARFUMERIE+CONFISERIE CHOCOLAT+ÉPILATION RASAGE - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S20-S24.2024 vs N-1

Fête des pères

ANALYSE PROSPECTUS S20-S24.2024 vs N-1

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉ	100%		+4,1%	153	-6,1%	4 803	=	15%	-0,5pts
HABILLEMENT	37,6%	+0,2pts	+4,6%	67	=	1 875	+6,8%	10%	-0,2pts
APERITIFS ET ALCOOLS	26,2%	-0,1pts	+3,6%	101	-12,2%	1 182	-7,4%	14%	-0,4pts
BIERES	20,5%	-1,1pts	-1,3%	112	-15,2%	1 139	-18,7%	27%	+0,5pts
BIJOUTERIE	8,8%	+1,1pts	+19,0%	14	+40,0%	294	+23,5%	1%	+0,3pts
PARFUMERIE	3,0%	+0,5pts	+24,4%	57	+18,8%	142	+7,6%	30%	-5,9pts
CONFISERIE DE CHOCOLAT	2,8%	-0,1pts	+1,3%	62	+5,1%	138	+8,7%	29%	+0,2pts
EPILATION-RASAGE	1,0%	-0,4pts	-27,0%	22	-35,3%	33	-46,8%	24%	-1,3pts

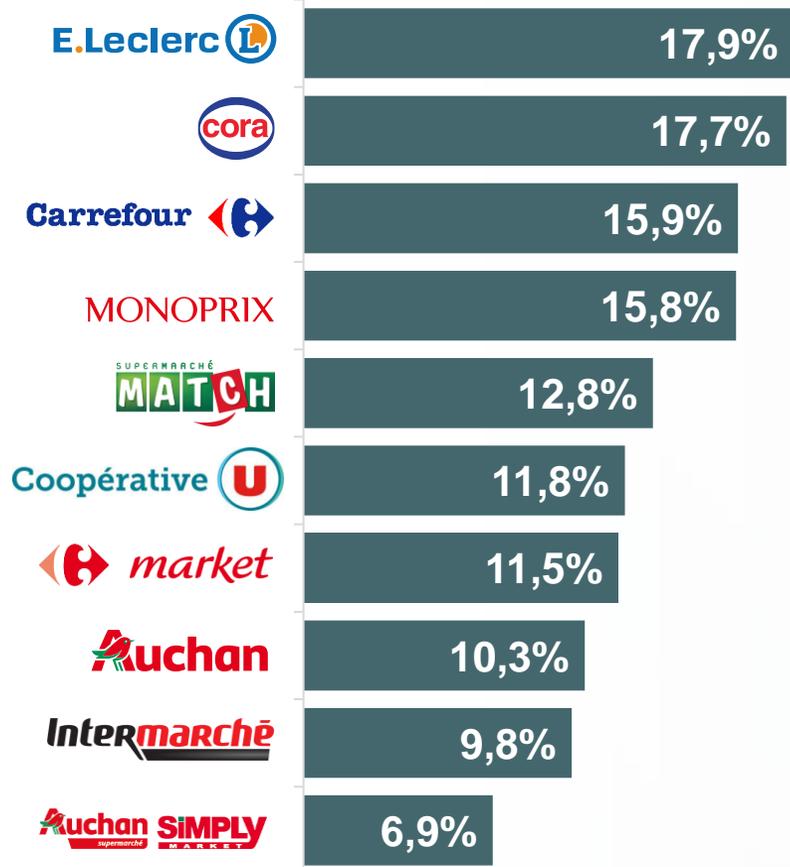
MARCHÉS : BIÈRES+HABILLEMENT+APÉRITIFS ET ALCOOLS+BIJOUTERIE+PARFUMERIE+CONFISERIE CHOCOLAT+ÉPILATION RASAGE - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S20-S24.2024 vs N-1

Fête des pères

ANALYSE PROSPECTUS S20-S24.2024 vs N-1

Part de voix marché

Total marchés / Total prospectus au sein de chaque enseigne



Pression Promo

Nombre OP

Nombre UB

Taux Générosité avec gratuité

Pression Promo	Nombre OP	Nombre UB	Taux Générosité avec gratuité				
+3,5pts	+33,9%	1	-50,0%	7	-41,7%	5%	-1,6pts
+2,9pts	+165,4%	6	+100,0%	7	+40,0%	13%	-12,9pts
+3,7pts	+461,8%	10	+66,7%	47	+422,2%	13%	+3,8pts
+1,1pts	+115,7%	19	+18,8%	118	+59,5%	8%	-6,5pts
-1,0pts	+3,7%	13	+8,3%	70	=	23%	+4,0pts
+1,9pts	+49,4%	14	+27,3%	70	+32,1%	15%	-3,9pts
+0,5pts	-2,7%	7	+75,0%	17	+142,9%	22%	+11,6pts
+0,1pts	+129,7%	6	+100,0%	15	+150,0%	7%	-2,7pts
-0,6pts	-29,8%	6	-14,3%	15	-25,0%	14%	+2,0pts
-1,0pts	-100,0%	0	-100,0%	0	-100,0%	0%	=

MARCHÉS : BIÈRES+HABILLEMENT+APÉRITIFS ET ALCOOLS+BIJOUTERIE+PARFUMERIE+CONFISERIE CHOCOLAT+ÉPILATION RASAGE - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S20-S24.2024 vs N-1

Fête des pères

ANALYSE PROSPECTUS S20-S24.2024 vs N-1

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

		Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
1 ^{ER}		3,2%	+0,4pts	41	+7,9%	92	+35,3%	26%	-1,4pts
2 ^{ème}		2,3%	+0,7pts	34	+78,9%	60	+46,3%	37%	-9,0pts
3 ^{ème}		1,9%	+0,4pts	34	+25,9%	45	+9,8%	28%	-1,1pts
4 ^{ème}		1,8%	-0,3pts	33	-2,9%	42	=	30%	-0,8pts
5 ^{ème}		1,7%	-0,3pts	8	-46,7%	23	-46,5%	39%	+7,1pts
6 ^{ème}		1,4%	-0,4pts	39	+11,4%	49	=	25%	-0,8pts
7 ^{ème}		1,4%	+0,2pts	28	+12,0%	53	=	27%	-2,0pts
8 ^{ème}		1,4%	-0,4pts	15	-48,3%	25	-51,0%	28%	+1,4pts

Top 3 - Produits les plus visibles



CORONA(BIERE)
BIERE BLONDE EXTRA
6 BTL 33 CL

14

NOMBRE D'UB

6,43€

PRIX VIRTUEL MOYEN

30%

TAUX DE GÉNÉROSITÉ



PASTI 51
PASTIS 51
1 BTL 1 L

12

NOMBRE D'UB

19,04€

PRIX VIRTUEL MOYEN

5%

TAUX DE GÉNÉROSITÉ



DESPERADOS
BIERE AROMATISEE TEQUILA
ORIGINAL
12 BTL 33 CL

11

NOMBRE D'UB

11,22€

PRIX VIRTUEL MOYEN

28%

TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : BIÈRES+HABILLEMENT+APÉRITIFS ET ALCOOLS+BIJOUTERIE+PARFUMERIE+CONFISERIE CHOCOLAT+ÉPILATION RASAGE - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S20-S24.2024 vs N-1

LES CHIFFRES CLÉS

Les soldes

HABILLEMENT + LINGE DE MAISON + PETITS ELECTROMENAGERS
+ ELECTROMENAGER BLANC (Froid, Lavage, Cuisson, ...)
+ HIGH TECH GRIS (Bureautique, Informatique, Téléphonie, ...) + HIGH TECH BRUN (TV, Son, ...)

SOLDE ÉTÉ 2024 du 26 juin au 23 Juillet
SOLDE ÉTÉ 2023 du 28 juin au 25 juillet

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : S26-S29.2024 vs N-1



 [Retour sommaire](#)

Les soldes

ANALYSE PROSPECTUS S26-S29.2024

Pages de couverture avec Temps Fort

E.Leclerc **DU 26 JUIN AU 23 JUILLET 2024**

DISPONIBLE EN MAGASIN ET SUR WWW.E.LECLERC

SOLDÉS

DESIGN UNIQUE RÉTRO ET ATYPIQUE

3€ **50%**

24€ **50%**

TOUT CE QUI COMPTE POUR VOUS EXISTE À PRIX E.LECLERC

Auchan Du mercredi 26 juin au mardi 2 juillet 2024

LES 7 JOURS FOUS

Régalez vos achats en **10x sans frais** sur tout le magasin

oney Auchan

Auchan Du mercredi 26 juin au mardi 2 juillet 2024

LES 7 JOURS FOUS

DÉCOUVREZ ÉGALEMENT UNE SÉLECTION DE PRODUITS SOLDÉS EN MAGASIN

Carrefour Valable de la date légale du début des soldes** et jusqu'à épuisement des stocks

LES SOLDÉS JUSQU'À **-70%**

DU MERCREDI 26 JUIN AU LUNDI 15 JUILLET 2024

DÉCOUVREZ ÉGALEMENT NOS IMMANQUABLES

en pages 9 à 20

carrefour.fr

MARCHÉS : HABILLEMENT + LINGE DE MAISON + ELECTROMENAGER PETIT + BLANC+ HIGH TECH GRIS + BRUN- HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S26-S29.2024 vs N-1

Les soldes

ANALYSE PROSPECTUS S26-S29.2024 vs S26-S29.2023

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉS	100%		+6,2%	79	+27,4%	1 625	=	21%	-1,0pts
HABILLEMENT	29,4%	+0,2pts	-1,7%	50	+31,6%	539	=	17%	-2,3pts
PEM	23,7%	-1,1pts	+9,4%	54	+20,0%	358	+11,2%	31%	-1,0pts
GRIS	21,1%	+0,9pts	+11,6%	40	+5,3%	287	+5,9%	16%	-1,9pts
LINGE DE MAISON	11,8%	+0,5pts	+10,3%	41	+28,1%	200	+16,3%	22%	+2,8pts
BRUN	8,8%	+0,5pts	+10,7%	34	+17,2%	130	-7,1%	19%	-1,6pts
BLANC	5,2%	-1,0pts	+3,1%	32	-13,5%	111	-24,0%	17%	+3,1pts

MARCHÉS : HABILLEMENT + LINGE DE MAISON + ELECTROMENAGER PETIT + BLANC+ HIGH TECH GRIS + BRUN- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S26-S29.2024 vs N-1

Les soldes

ANALYSE PROSPECTUS S26-S29.2024 vs S26-S29.2023

	Part de voix marché Total marchés / Total bazar + textile au sein de chaque enseigne		Pression Promo	Nombre OP	Nombre UB	Taux Générosité avec gratuité			
	 49,3%	-1,8pts	+10,1%	6	+50,0%	77	+60,4%	38%	+2,4pts
	 46,2%	-2,4pts	-5,9%	12	+71,4%	289	+7,0%	25%	-2,5pts
	 40,4%	+7,4pts	+31,3%	14	+27,3%	476	-8,6%	15%	+5,4pts
	 38,8%	+12,0pts	+30,7%	12	+50,0%	395	+51,9%	25%	-4,3pts
	 27,4%	-0,8pts	+3,8%	7	+40,0%	73	+55,3%	20%	-1,6pts
	 24,9%	+21,9pts	+1388,5%	4	+300,0%	59	+1375,0%	3%	+3,1pts
	 20,1%	+7,0pts	-14,1%	4	+100,0%	9	-25,0%	33%	+7,1pts
	 19,8%	-5,7pts	+17,3%	5	-16,7%	128	=	20%	-0,5pts
	 15,4%	-1,8pts	-20,0%	6	+20,0%	60	=	6%	-1,4pts
	 12,8%	-3,5pts	+27,0%	4	=	40	=	9%	-12,1pts

MARCHÉS : HABILLEMENT + LINGE DE MAISON + ELECTROMENAGER PETIT + BLANC+ HIGH TECH GRIS + BRUN- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S26-S29.2024 vs N-1

Les soldes

ANALYSE PROSPECTUS S26-S29.2024 vs S26-S29.2023

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

		Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
1 ^{ER}		7,4%	+0,9pts	24	+4,3%	62	=	16%	-1,0pts
2 ^{ième}		4,8%	+1,2pts	22	+46,7%	35	+52,2%	23%	-3,0pts
3 ^{ième}		2,9%	+1,0pts	17	+30,8%	22	+15,8%	31%	-8,0pts
4 ^{ième}		2,6%	+0,3pts	11	+10,0%	22	+15,8%	15%	+0,3pts
5 ^{ième}		2,2%	-0,1pts	11	=	23	+43,8%	17%	=
6 ^{ième}		2,0%	+1,0pts	9	+28,6%	19	+72,7%	20%	+3,0pts
7 ^{ième}		1,7%	-1,0pts	11	+22,2%	13	+8,3%	39%	+2,5pts
8 ^{ième}		1,6%	-0,7pts	6	-14,3%	8	-27,3%	44%	-8,3pts

Top 3 - Produits les plus visibles



CASIO
CALCULATRICE FX 92 COLLEGE
1 UNITE

5
NOMBRE D'UB

18,29€
PRIX VIRTUEL MOYEN

2%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



DYNABASS
ECOUTEUR SANS FIL REF RX 1
PAIRE

4
NOMBRE D'UB

9,48€
PRIX VIRTUEL MOYEN

35%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



DAEWOO
CLIMATISEUR MOBILE REF AC 1
UNITE

3
NOMBRE D'UB

149,33€
PRIX VIRTUEL MOYEN

33%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : HABILLEMENT + LINGE DE MAISON + ELECTROMENAGER PETIT + BLANC+ HIGH TECH GRIS + BRUN- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S26-S29.2024 vs N-1

LES CHIFFRES CLÉS Évènements sportifs

MARCHÉS

TELEVISION / SON / EQUIPEMENTS SPORT & LOISIR

Euro 2024 : 14 juin au 14 juillet

Jeux Olympique & Paralympique : 26 juillet au 11 août & 28 août au 8 septembre

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : Juin & Juillet 2024 vs N-1



Évènements sportifs

ANALYSE PROSPECTUS juin & juillet 2024 vs N-1

Pages de couverture avec Temps Fort

Intermarché SUPER
NOTRE MEILLEURE SÉLECTION
100% REMBOURSÉ
En bons d'achat, sur une sélection de produits, dans la limite de 25€.
TOUS UNIS CONTRE LA VIE CHÈRE



Intermarché SUPER
NOTRE MEILLEURE SÉLECTION
100% REMBOURSÉ
En bons d'achat, sur une sélection de produits, dans la limite de 25€.
TOUS UNIS CONTRE LA VIE CHÈRE



E.Leclerc
DU 11 AU 22 JUIN 2024
PETITS PLAISIRS DU QUOTIDIEN À PRIX E.LECLERC
-60% SUR LE 2^{ème} PRODUIT ACHETÉ
LE 1^{er} PRODUIT 3€ 58
LE 2^{ème} PRODUIT 1€ 43
4 BÂTONNETS GLACES AMANDES & VANILLE DE JAVA "NUII"
Vendu en page 7
SÉLECTION SPÉCIAL FOOT 11€ 90 TEE-SHIRT JUNIOR MAAPE JUNIOR
TOUT CE QUI COMPTE POUR VOUS EXISTE À PRIX E.LECLERC



Les HYPERS Bons Plans
cora multimédia électro
Du mardi 11 au lundi 24 juin
Smart TV 55" OLED 4K LG 1299€ / 1149€
Smart TV 55" OLED 4K LG 2000€ / 949€
TV 24" 12V au ZENITH 169€ 99 / 149€ 99
Smart TV 32" LG 500€ / 249€ 99
TECHWOOD Téléviseur 32" LED TECHWOOD 129€ 99 / 99€ 99
L'hyper proximité cora



Carrefour
Du mardi 4 au lundi 17 juin 2024
68 MILLIONS DE SUPPORTERS
-68%
EFFICACE... CYCLES COURTS...
SUR LE 2^{ème} Capsules de lave vaisselle FAIRY
30€
DU VENDREDI 7 AU DIMANCHE 9 JUIN 2024
EN BONS D'ACHATS TOUS LES 100€ D'ACHAT
SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES, MARQUE ALIMENTAIRE, BEVÉMENT & BOISSON



Carrefour
Du mardi 11 au lundi 24 juin 2024
68 MILLIONS DE SUPPORTERS
-68%
SUR LE 2^{ème} SUR TOUTES LES SAUCES TRANCHEES HARRY'S
Harry's SAUCES TRANCHEES
Harry's SAUCES TRANCHEES
Harry's SAUCES TRANCHEES

Auchan
Du mardi 18 au lundi 22 juillet 2024
60%
Tout pour le petit-déj
sur le 2^{ème}
12% sur les produits de boulangerie
6% sur les produits de boulangerie
8% sur les produits de boulangerie
10% Olive
50% sur les produits de boulangerie
149€ sur les produits de boulangerie
Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour. www.mangerbouger.fr

MARCHÉS : MARCHÉS TELEVISION / SON / EQUIPEMENTS SPORT & LOISIR - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - JUIN & JUILLET 2024 vs N-1

Évènements sportifs

ANALYSE PROSPECTUS juin & juillet 2024 vs N-1

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉS	100%		+42,8%	86	+10,3%	376	+24,5%	15%	-1,5pts
TELEVISEUR	57,8%	+6,5pts	+60,8%	55	+17,0%	192	+32,4%	13%	-2,6pts
SON	18,9%	-3,3pts	+21,4%	50	+22,0%	80	+12,7%	25%	-2,1pts
SPORT COLLECTIF	11,8%	+3,4pts	+100,7%	27	+42,1%	44	+83,3%	10%	+6,4pts
AUTRES SPORTS	9,7%	-1,1pts	+28,0%	23	+4,5%	37	=	9%	-0,7pts
SPORT AQUATIQUE	2,0%	-5,2pts	-59,9%	15	-6,3%	22	-8,3%	9%	-0,5pts

MARCHÉS : MARCHÉS TELEVISION / SON / EQUIPEMENTS SPORT & LOISIR - HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – JUIN & JUILLET 2024 vs N-1

Évènements sportifs

ANALYSE PROSPECTUS juin & juillet 2024 vs N-1

	Part de voix marché Total marchés / Total bazar + textile au sein de chaque enseigne	Pression Promo	Nombre OP		Nombre UB		Taux Générosité avec gratuité	
	7,0% +3,5pts	+33,9%	1	-50,0%	7	-41,7%	5%	-1,6pts
	4,8% +2,9pts	+165,4%	6	+100,0%	7	+40,0%	13%	-12,9pts
	4,6% +3,7pts	+461,8%	10	+66,7%	47	+422,2%	13%	+3,8pts
	4,4% +1,1pts	+115,7%	19	+18,8%	118	+59,5%	8%	-6,5pts
	4,2% -1,0pts	+3,7%	13	+8,3%	70	=	23%	+4,0pts
	4,0% +1,9pts	+49,4%	14	+27,3%	70	+32,1%	15%	-3,9pts
	2,8% +0,5pts	-2,7%	7	+75,0%	17	+142,9%	22%	+11,6pts
	1,9% +0,1pts	+129,7%	6	+100,0%	15	+150,0%	7%	-2,7pts
	0,9% -0,6pts	-29,8%	6	-14,3%	15	-25,0%	14%	+2,0pts
	0,0% -1,0pts	-100,0%	0	-100,0%	0	-100,0%	0%	=

MARCHÉS : MARCHÉS TELEVISION / SON / EQUIPEMENTS SPORT & LOISIR - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - JUIN & JUILLET 2024 vs N-1

Évènements sportifs

ANALYSE PROSPECTUS juin & juillet 2024 vs N-1

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

Rang	Marque	Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
		Part de Voix	Évolution	Nbre OP	Évolution	Nbre UB	Évolution	Taux Générosité	Évolution
1 ^{ER}	SAMSUNG	22,5%	+4,3pts	32	+300,0%	53	+562,5%	12%	+2,8pts
2 ^{ième}	TCL	15,3%	+6,2pts	25	+400,0%	41	+720,0%	15%	+12,4pts
3 ^{ième}	JBL	11,5%	+5,1pts	26	+766,7%	28	+833,3%	28%	+5,0pts
4 ^{ième}	LG	10,3%	+1,1pts	16	+433,3%	30	+650,0%	17%	+1,0pts
5 ^{ième}	PHILIPS	5,0%	+0,4pts	10	+400,0%	11	+450,0%	16%	-0,9pts
6 ^{ième}	TOSHIBA	2,8%	+2,8pts	3	-	4	-	23%	+23,0pts
7 ^{ième}	SCHNEIDER	2,5%	+2,5pts	3	-	5	-	0%	=
8 ^{ième}	THOMSON	1,1%	+1,1pts	3	-	3	-	15%	+15,0pts

Top 3 - Produits les plus visibles



JBL
ENCEINTE BLUETOOTH
REF FLIP ESSENTIAL



HISENSE
TV
LED REF 32A4K



JBL
ENCEINTE BLUETOOTH
CLIP 3

4
NOMBRE D'UB

69,99€
PRIX VIRTUEL MOYEN

30,0%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

3
NOMBRE D'UB

172,66€
PRIX VIRTUEL MOYEN

3,3%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

3
NOMBRE D'UB

33,32€
PRIX VIRTUEL MOYEN

36,3%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : MARCHÉS TELEVISION / SON / EQUIPEMENTS SPORT & LOISIR - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - JUIN & JUILLET 2024 vs N-1

LES CHIFFRES CLÉS

La rentrée

EQUIPEMENTS SCOLAIRES

ÉCRITURE + PAPETERIE SCOLAIRE + CLASSEMENT + PETIT MATÉRIEL
+ MAROQUINERIE SCOLAIRE + PROTECTION + ARTS PLASTIQUES
+ PAPIER BUREAUTIQUE

Lundi 2 septembre

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : juillet & août 2024 vs N-1

 Retour
sommaire

La rentrée

ANALYSE PROSPECTUS juillet & août 2024 vs N-1

Pages de couverture avec Temps Fort



MARCHÉS : EQUIPEMENTS SCOLAIRES - HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – JUILLET & AOUT 2024 vs N-1

La rentrée

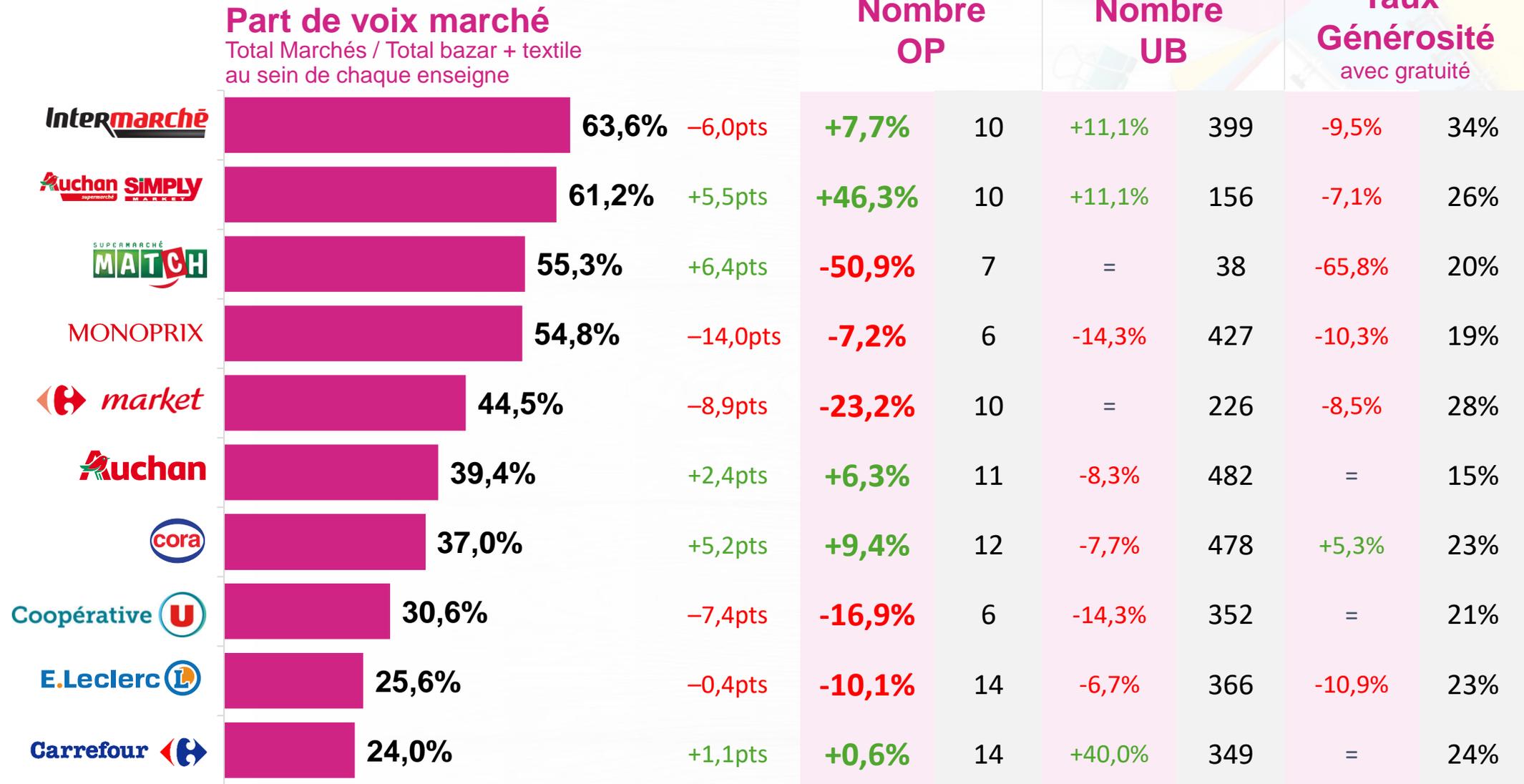
ANALYSE PROSPECTUS juillet & août 2024 vs N-1

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉ	100%		-8,8%	107	-10,1%	3 686	-19,1%	24%	+0,9pts
ECRITURE	33,1%	+1,5pts	-4,4%	89	-6,3%	1 189	-15,1%	30%	+1,4pts
PAPETERIE SCOLAIRE	23,8%	+1,2pts	-3,8%	83	-10,8%	875	-17,0%	23%	+0,4pts
CLASSEMENT	9,9%	-1,1pts	-18,1%	57	-30,5%	379	-23,4%	28%	+0,7pts
PETIT MATERIEL	2,4%	+0,2pts	-1,2%	39	-4,9%	94	-16,8%	26%	+1,9pts
MAROQUINERIE SCOLAIRE	4,8%	-0,9pts	-22,9%	55	-23,6%	185	-22,9%	23%	+1,9pts
PROTECTION	15,3%	-1,4pts	-16,3%	45	-18,2%	527	-29,7%	11%	+1,3pts
ARTS PLASTIQUES	0,9%	+0,2pts	+19,9%	24	-4,0%	25	-19,4%	6%	-1,3pts
PAPIER BUREAUTIQUE	10,2%	-0,5pts	-13,2%	81	-18,2%	427	-14,8%	22%	-0,9pts

MARCHÉS : EQUIPEMENTS SCOLAIRES - HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – JUILLET & AOÛT 2024 vs N-1

La rentrée

ANALYSE PROSPECTUS juillet & août 2024 vs N-1



MARCHÉS : EQUIPEMENTS SCOLAIRES - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - JUILLET & AOÛT 2024 vs N-1

La rentrée

ANALYSE PROSPECTUS juillet & août 2024 vs N-1

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

		Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
1 ^{ER}		14,4%	+1,2pts	67	-11,8%	305	-12,9%	36%	+1,8pts
2 ^{ième}		14,0%	-3,3pts	48	-25,0%	296	-36,9%	36%	+2,5pts
3 ^{ième}		8,1%	-0,8pts	46	-20,7%	187	-22,1%	30%	+2,3pts
4 ^{ième}		6,6%	+1,1pts	56	-8,2%	146	=	36%	+4,7pts
5 ^{ième}		6,1%	+0,5pts	52	-14,8%	134	-20,2%	35%	+3,5pts
6 ^{ième}		5,5%	+0,6pts	48	-9,4%	122	-10,3%	37%	+2,1pts
7 ^{ième}		4,6%	+0,1pts	46	-11,5%	150	-12,8%	36%	=
8 ^{ième}		4,6%	+0,4pts	55	-16,7%	117	-12,0%	38%	-1,7pts

Top 3 - Produits les plus visibles



CANSON
CAHIER CARTON 24X32 CM
GRAND CARREAU 96 PAGES
1 POCHEtte 24 UNITE

6
NOMBRE D'UB

2,67€
PRIX VIRTUEL MOYEN

35%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



BIC KIDS
FEUTRE COLORIAGE POINTE
MOYENNE KIDS COULEUR
1 POCHEtte 24 UNITE

6
NOMBRE D'UB

2,04€
PRIX VIRTUEL MOYEN

32%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



CLAIREFONTAINE
FEUILLE SIMPLE PERFOREE A4
(21X29.7 CM) GRAND CARREAU
500 UNITE

5
NOMBRE D'UB

2,73€
PRIX VIRTUEL MOYEN

44%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

LES CHIFFRES CLÉS

La rentrée des vins

100% DES PROSPECTUS SUR LA PERIODE (DONT FOIRE AUX VINS)
EFFERVESCENTS – VINS AOC – VINS DE PAYS – VINS ETRANGERS

De septembre à octobre 2024

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : S35-S44.2024 vs N-1



La rentrée des vins

ANALYSE PROSPECTUS S35-S44.2024 vs N-1

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉS	100%		-5,3%	265	-5,7%	11 017	-14,9%	10%	+0,8pts
A.O.C.	77,1%	-0,8pts	-6,3%	239	-7,4%	8 849	-16,1%	9%	+0,9pts
MOUSSEUX	6,9%	+0,7pts	+5,4%	171	-8,1%	644	-9,2%	17%	-2,0pts
CHAMPAGNES	5,5%	+0,1pts	-2,7%	79	-21,0%	420	-12,5%	10%	-0,5pts
VINS DE PAYS STANDARDS	4,6%	=	-5,4%	103	-17,6%	505	=	17%	+2,5pts
VINS DE PAYS CEPAGES	3,7%	+0,2pts	-0,8%	120	-3,2%	341	-7,6%	19%	+2,8pts
VINS ETRANGERS	2,1%	-0,4pts	-21,5%	55	-1,8%	264	-13,4%	14%	+3,2pts
VINS DE TABLE	1,1%	+0,1pts	+8,5%	52	-3,7%	68	-20,0%	22%	+4,4pts

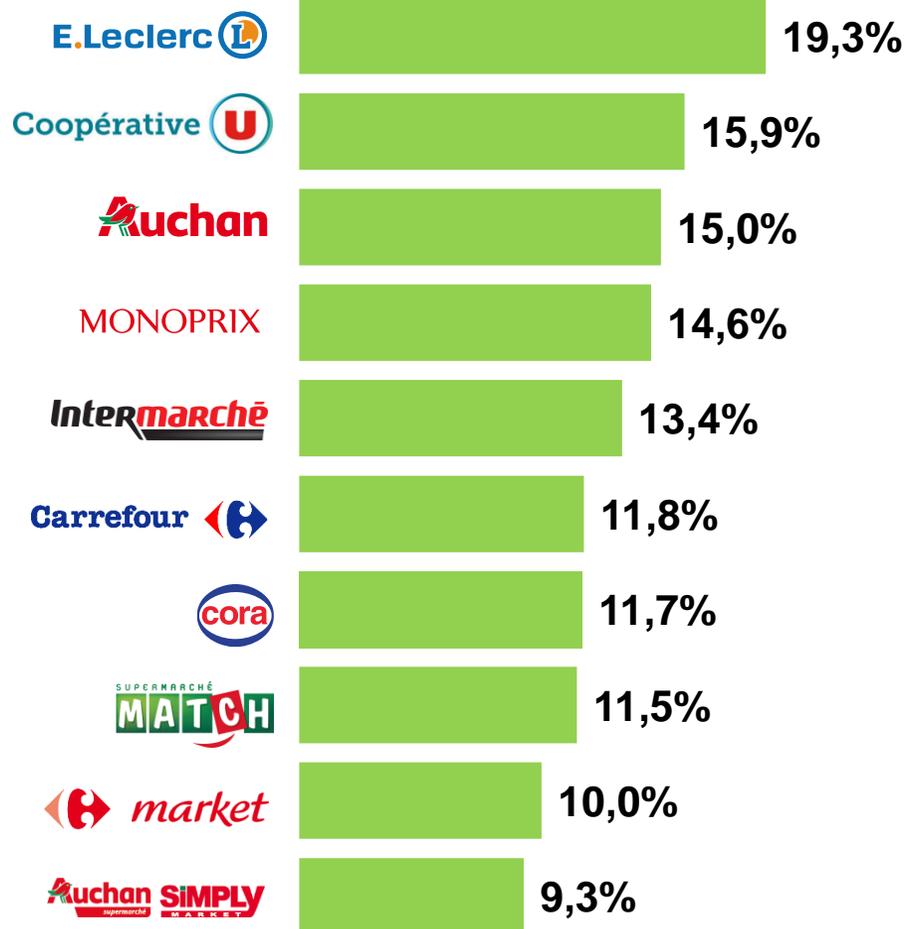
MARCHÉS : EFFERVESCENTS+VINS AOC+VINS DE PAYS+VINS ETRANGERS - HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S35-S44.2024 vs N-1

La rentrée des vins

ANALYSE PROSPECTUS S35-S44.2024 vs N-1

Part de voix marché

Total marché / Total alimentaire
au sein de chaque enseigne



-0,4pts

Pression
Promo

-2,9%

Nombre
OP

44 +10,0%

Nombre
UB

3 810 -2,2%

Taux
Générosité
avec gratuité

5% +0,1pts

-0,7pts

-3,7%

31 -3,1%

871 -9,5%

10% +1,0pts

-0,3pts

+9,6%

25 -3,8%

1 272 -1,2%

14% +1,0pts

+0,4pts

+5,9%

6 +20,0%

409 =

4% +0,4pts

-0,1pts

+12,2%

27 +12,5%

1 011 +15,3%

8% +0,6pts

-4,3pts

+1,5%

21 +5,0%

905 -14,1%

15% +2,3pts

+0,8pts

+2,8%

17 -19,0%

666 -13,3%

8% -1,0pts

-1,7pts

-1,5%

15 =

400 -4,1%

11% +0,2pts

-2,3pts

-1,7%

14 -22,2%

577 +17,8%

16% +0,3pts

-0,4pts

+54,9%

23 +53,3%

328 +7,2%

21% +1,6pts

MARCHÉS : EFFERVESCENTS+VINS AOC+VINS DE PAYS+VINS ETRANGERS - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S35-S44.2024 vs N-1

La rentrée des vins

ANALYSE PROSPECTUS S35-S44.2024 vs N-1

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

	Logo	Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
		%	pts	Nbre	%	Nbre	%	pts	
1 ^{ER}		2,1%	=	20	-23,1%	60	=	13%	+0,1pts
2 ^{ième}		1,9%	-0,1pts	25	+8,7%	55	=	6%	+1,6pts
3 ^{ième}		1,7%	+0,3pts	21	-16,0%	55	=	14%	+2,6pts
4 ^{ième}		1,6%	-0,5pts	23	-20,7%	31	-11,4%	26%	+2,4pts
5 ^{ième}		1,6%	+0,4pts	14	+16,7%	29	+11,5%	8%	+0,5pts
6 ^{ième}		1,5%	=	19	-9,5%	21	-12,5%	32%	-0,3pts
7 ^{ième}		1,4%	-0,2pts	22	=	24	=	1%	-1,0pts
8 ^{ième}		1,3%	-0,2pts	12	-29,4%	12	-29,4%	25%	-0,1pts

Top 3 - Produits les plus visibles



BARON DE LESTAC
BORDEAUX ROUGE AOP TERRA VITIS
1 BTL 75 CL

16
NOMBRE D'UB

3,22€
PRIX VIRTUEL MOYEN

28%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



LES COMBES ST SAUVEUR
COTES DU RHONE ROUGE AOP TERRA VITIS
1 BTL 75 CL

14
NOMBRE D'UB

2,81€
PRIX VIRTUEL MOYEN

34%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



KRITER
VIN MOUSSEUX BLANC BRUT
1 BTL 75 CL

12
NOMBRE D'UB

3,41€
PRIX VIRTUEL MOYEN

32%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : EFFERVESCENTS+VINS AOC+VINS DE PAYS+VINS ETRANGERS - HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S35-S44.2024 vs N-1

LES CHIFFRES CLÉS

Halloween

CONFISERIE SAISONNIERE ADULTE + CONFISERIE SAISONNIERE ENFANT
+ CONFISERIE ENFANT SUCRÉE + SUCETTES + BONBONS SACHETS

Jeudi 31 octobre

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : S39-S43.2024 vs N-1



Halloween

ANALYSE PROSPECTUS S39-S43.2024

Pages de couverture avec Temps Fort

HALLOWEEN DU 22 OCTOBRE AU 3 NOVEMBRE 2024
LA NOURRITURE DES MONSTRES

6.5€ 2+1 OFFERT HARIBO
4.30€ 34% OFFERT HARIBO
4.34€ 34% OFFERT HARIBO
1.5€ 2+1 OFFERT HARIBO
3.5€ 68% OFFERT HARIBO

Intermarché

HALLOWEEN DU 22 OCTOBRE AU 3 NOVEMBRE 2024
GOURMANDISE POUR LES PETITS...

LE 2^{ème} A -50%
LE 2^{ème} A -50%
LE 2^{ème} A -50%
LE 2^{ème} A -50%

Intermarché

HALLOWEEN Le plein de promos ou un sort !
Offres validables du 08 au 31 octobre 2024

1€ 1^{er} HARIBO
2€ 2^{ème} HARIBO
6.50€ 6.50€ HARIBO
1.05€ 1.05€ HARIBO

Auchan

E.Leclerc DU 22 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE 2024
MIEUX QUE LA MAGIE POUR FAIRE DES ÉCONOMIES

2+1 OFFERT HARIBO
2.19€ 2.19€ HARIBO
-30% SPÉCIAL COCCOONING
2€ 2€ HARIBO

E.Leclerc

HYPER U DU MARDI 22 OCTOBRE AU DIMANCHE 3 NOVEMBRE 2024
HALLOWEEN À PRIX BAS

11.90€ 2+1 OFFERT HARIBO
3.97€ 3.97€ HARIBO
4.49€ 4.49€ HARIBO
3.5€ 3.5€ HARIBO

HYPER U

SUPER U DU MARDI 22 OCTOBRE AU DIMANCHE 3 NOVEMBRE 2024
HALLOWEEN À PRIX BAS

11€ 2+1 OFFERT HARIBO
3.67€ 3.67€ HARIBO
3.49€ 3.49€ HARIBO
1.41€ 1.41€ HARIBO

SUPER U

Carrefour market Du mardi 22 octobre au dimanche 3 novembre 2024
HALLOWEEN DES PRIX ATTACHEMENTS INCROYABLES

2+1 OFFERT MILKA
2+1 OFFERT MAOAM
2+1 OFFERT HARIBO
4.99€ 4.99€ HARIBO

Carrefour

Carrefour Du mardi 22 octobre au lundi 4 novembre 2024
HALLOWEEN DES PRIX ATTACHEMENTS INCROYABLES

2+1 OFFERT HARIBO
1.69€ 1.69€ HARIBO
4.99€ 4.99€ HARIBO

Carrefour

MARCHÉS : CONFISERIE SAISONNIERE ADULTE et ENFANT + CONFISERIE ENFANT SUCRÉE + SUCETTES + BONBONS SACHETS - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S39-S43.2024 vs N-1

Halloween

ANALYSE PROSPECTUS S39-S43.2024

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉS	99%		+1,6%	65	-5,8%	458	-13,9%	26%	+0,8pts
SAISONNIERE ENFANT	46,9%	+9,1pts	+25,1%	31	-16,2%	212	=	29%	+1,0pts
SAISONNIERE ADULTE	16,2%	-2,9pts	-14,2%	29	-17,1%	68	-43,8%	20%	-0,9pts
CONFISERIE SUCREE	10,7%	-2,8pts	-20,0%	40	-16,7%	74	-14,0%	25%	+4,1pts
BONBONS SACHETS	9,5%	-2,1pts	-17,2%	33	+6,5%	59	-9,2%	25%	+2,9pts
SUCETTES	3,8%	-2,5pts	-38,7%	15	-34,8%	18	-37,9%	29%	+0,6pts

MARCHÉS : CONFISERIE SAISONNIERE ADULTE et ENFANT + CONFISERIE ENFANT SUCRÉE + SUCETTES + BONBONS SACHETS - HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S39-S43.2024 vs N-1

Halloween

ANALYSE PROSPECTUS S39-S43.2024

	Part de voix marché Total marchés / Total PGC FLS au sein de chaque enseigne		Pression Promo	Nombre OP		Nombre UB		Taux Générosité avec gratuité	
 SUPERMARCHÉ MATCH	4,2%	-0,7pts	+3,7%	4	=	38	+5,6%	23%	+1,1pts
 Auchan SIMPLY	4,0%	+0,2pts	+70,3%	6	=	42	+31,3%	27%	-1,8pts
Coopérative 	3,1%	+1,1pts	+50,0%	3	-25,0%	32	+45,5%	29%	+3,0pts
 cora	3,1%	+1,1pts	+36,4%	5	-28,6%	41	=	26%	+3,5pts
MONOPRIX	2,7%	=	+7,8%	3	+50,0%	30	+7,1%	25%	-2,5pts
 Intermarché	2,6%	+0,3pts	+16,1%	3	-40,0%	32	+45,5%	29%	-2,7pts
 Auchan	2,6%	+0,1pts	+18,1%	10	+25,0%	51	+13,3%	26%	+4,6pts
 market	2,2%	-1,2pts	-15,1%	6	=	37	-5,1%	18%	-7,1pts
Carrefour 	1,9%	-0,5pts	+23,6%	8	=	57	+21,3%	24%	-1,9pts
E.Leclerc 	1,5%	-0,2pts	-10,6%	9	+12,5%	63	-11,3%	30%	+6,9pts

MARCHÉS : CONFISERIE SAISONNIERE ADULTE et ENFANT + CONFISERIE ENFANT SUCRÉE + SUCETTES + BONBONS SACHETS - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S39-S43.2024 vs N-1

Halloween

ANALYSE PROSPECTUS S39-S43.2024

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

Rang	Marque	Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
		Part de Voix	Évolution	Nbre OP	Évolution	Nbre UB	Évolution	Taux Générosité	Évolution
1 ^{ER}	HARIBO	21,0%	+1,9pts	24	=	74	-14,0%	31%	=
2 ^{ième}	Lutti	16,3%	+2,0pts	22	+10,0%	57	+9,6%	32%	-1,5pts
3 ^{ième}	CARAMBAR & 100%	11,3%	-3,5pts	22	=	43	-21,8%	32%	+4,4pts
4 ^{ième}	kinder.	8,3%	+2,6pts	15	-6,3%	29	+20,8%	25%	+0,3pts
5 ^{ième}	Lindt	5,4%	-1,1pts	13	-23,5%	15	-44,4%	23%	-5,0pts
6 ^{ième}	TÊTES BRÛLÉES	5,0%	-2,6pts	12	-29,4%	19	-29,6%	34%	+2,2pts
7 ^{ième}	Confetteria Raffaello	4,3%	+1,6pts	14	+100,0%	14	+75,0%	25%	-0,1pts
8 ^{ième}	FERRERO	4,1%	-0,4pts	14	-22,2%	14	-30,0%	19%	-5,9pts

Top 3 - Produits les plus visibles



LUTTI
BONBON CROCODILLER
SAISONNIER
1 SACH 400 GR

10
NOMBRE D'UB

2,7€
PRIX VIRTUEL MOYEN

34%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



LUTTI
BONBON TERROR MIX FIZZ
SAISONNIER
1 SACH 400 GR

10
NOMBRE D'UB

2,69€
PRIX VIRTUEL MOYEN

34%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



LUTTI
BONBON TERROR MIX FIZZ
SAISONNIER
1 SACH 500 GR

8
NOMBRE D'UB

3,21€
PRIX VIRTUEL MOYEN

33%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : CONFISERIE SAISONNIERE ADULTE et ENFANT + CONFISERIE ENFANT SUCRÉE + SUCETTES + BONBONS SACHETS - HM+SM - NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB - S39-S43.2024 vs N-1

LES CHIFFRES CLÉS

Les jeux et jouets

POUPEES & PELUCHES & FIGURINES + CONSOLES & JEUX VIDEOS + JEUX DE SOCIETE
+ JEUX 1ER AGE + VEHICULES + JEUX DE CONSTRUCTION + JEUX A HISTOIRE/ROLES
+ JEUX PLEIN AIR + JEUX ELECTRONIQUES + JEUX EDUCATIFS
+ JEUX D'ECRITURE/COLORIAGE + PUZZLE & MAQUETTE/MODELISME
+ JEUX ET JOUETS DIVERS (Déguisement/Instruments musique/Jeux sportif/Mobilier jouet/...)

Octobre à décembre 2024

ANALYSE PROSPECTUS

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

Période : S40-S52.2024 vs N-1

 Retour
sommaire

Les jeux et jouets

ANALYSE PROSPECTUS S40-S52.2024

Pages de couverture avec Temps Fort

The image displays ten supermarket Christmas toy catalog covers:

- Intermarché de l'Avent**: Du mardi 22 octobre au dimanche 8 décembre 2024. JUSQU'À 50% DE RÉDUCTION OU D'AVANTAGE CARTE SUR LES JOUETS DE NOËL. TOUS UNIS CONTRE LA VIE CHÈRE.
- SUPER U**: DU MARDI 22 OCTOBRE AU DIMANCHE 8 DÉCEMBRE 2024. Commercants autrement. 20% EN CARTE U SUR LE RAYON JOUETS.
- Auchan**: Réveillons Noël. Un max de promos et d'étoiles plein les yeux. CATALOGUE JOUETS. DU 11 OCTOBRE AU 6 DÉCEMBRE 2024.
- Auchan supermarché**: Réveillons Noël. Un max de promos et d'étoiles plein les yeux. CATALOGUE JOUETS. DU MARDI 29 OCTOBRE AU VENDREDI 6 DÉCEMBRE 2024.
- Carrefour**: un Noël grand comme ça. JUSQU'À 1000 JOUETS À MOINS DE 20€. DU MARDI 19 OCTOBRE AU SAMEDI 2 DÉCEMBRE 2024.
- Carrefour market**: un Noël grand comme ça. JUSQU'À 500 JOUETS DE RÊVE. DU MARDI 29 OCTOBRE AU DIMANCHE 8 DÉCEMBRE 2024.
- HYPER U**: NOËL FAIT SON SHOW À PRIX BAS. Commercants autrement. 20% EN CARTE U SUR LE RAYON JOUETS.
- E.Leclerc**: SPÉCIAL JOUETS. TOUT CE QUI COMPTE POUR VOUS EXISTE À PRIX E.LECLERC.
- MONOPRIX**: DU 25 OCTOBRE AU 31 DÉCEMBRE CATALOGUE 2024 LES JOUETS DE NOËL.

MARCHÉS : JEUX & JOUETS- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S40-S52.2024 vs N-1

Les jeux et jouets

ANALYSE PROSPECTUS S40-S52.2024

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉS	100%		-1,6%	177	-3,3%	6 357	-4,9%	9%	+0,2pts
FIGURINES + POUPEES + PELUCHES	23,6%	-0,8pts	-4,8%	103	-5,5%	1 577	-4,1%	9%	-0,3pts
JEUX DE SOCIETE	16,2%	+0,5pts	+1,3%	62	=	1 045	-5,7%	12%	+0,7pts
JEUX 1ER AGE	12,7%	-0,4pts	-4,4%	74	=	852	-7,8%	9%	+0,1pts
CONSOLES + JEUX VIDEOS	12,1%	-1,3pts	-11,4%	95	-11,2%	529	-24,5%	3%	-0,2pts
JEUX DE CONSTRUCTION	7,8%	+0,7pts	+8,4%	49	-12,5%	480	-1,0%	8%	+1,8pts
VEHICULES	7,2%	=	-1,8%	57	+7,5%	526	+8,0%	7%	+1,2pts
JEUX ET JOUETS DIVERS	4,9%	+0,8pts	+17,9%	76	-7,3%	302	+10,6%	8%	+0,9pts
JEUX A HISTOIRE + JEUX DE ROLES	3,4%	+0,1pts	=	26	-27,8%	229	-1,7%	7%	-4,1pts
JEUX ELECTRONIQUES	3,3%	+0,6pts	+18,9%	23	=	218	+14,7%	12%	+2,1pts
JEUX DE PLEIN AIR	2,7%	-0,2pts	-6,9%	29	-3,3%	156	-3,7%	6%	-9,6pts
JEUX EDUCATIFS	2,6%	+0,2pts	+7,3%	21	-8,7%	163	+0,6%	11%	+0,3pts
JEUX D'ECRITURE/COLORIAGE	1,6%	=	=	19	-17,4%	100	+4,2%	8%	=
PUZZLE + MAQUETTE/MODELISME	1,2%	+0,4pts	+40,2%	29	+3,6%	72	+10,8%	24%	+12,3pts

MARCHÉS : JEUX & JOUETS- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S40-S52.2024 vs N-1

Les jeux et jouets

ANALYSE PROSPECTUS S40-S52.2024

	Part de voix marché Total marchés / Total bazar + textile au sein de chaque enseigne		Pression Promo	Nombre OP	Nombre UB	Taux Générosité avec gratuité			
Intermarché	 33,6%	+3,3pts	+35,4%	16	+23,1%	612	+3,6%	18%	-1,7pts
Auchan SIMPLY	 28,4%	-8,0pts	+29,0%	15	+50,0%	468	+317,9%	4%	-3,2pts
Auchan	 25,7%	+0,4pts	-2,7%	29	+26,1%	952	-1,3%	6%	-0,6pts
Coopérative U	 25,4%	+0,6pts	-7,4%	17	+21,4%	698	-9,1%	10%	+1,8pts
MONOPRIX	 25,0%	-5,7pts	-1,9%	8	+14,3%	354	-1,7%	1%	-0,6pts
Carrefour	 23,1%	+1,3pts	+25,9%	29	+20,8%	1 271	+64,6%	9%	-0,3pts
E.Leclerc L	 21,2%	+0,9pts	+1,4%	27	-6,9%	876	-4,8%	7%	=
market	 14,2%	-1,6pts	-30,9%	12	+9,1%	252	-27,8%	10%	-5,8pts
MATCH	 8,9%	-1,3pts	-46,6%	6	-14,3%	15	-59,5%	2%	+1,0pts
cora	 4,5%	-19,6pts	-96,1%	12	-36,8%	562	-36,4%	4%	-2,8pts

MARCHÉS : JEUX & JOUETS- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S40-S52.2024 vs N-1

Les jeux et jouets

ANALYSE PROSPECTUS S40-S52.2024

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

Rang	Marque	Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
		Part de Voix	Évolution	Nbre OP	Évolution	Nbre UB	Évolution	Taux Générosité	Évolution
1 ^{ER}	Nintendo®	6,9%	+0,6pts	72	-12,2%	270	-10,3%	1%	-0,3pts
2 ^{ième}	LEGO	6,3%	+1,1pts	50	-3,8%	346	+7,5%	8%	+1,3pts
3 ^{ième}	vtech	5,7%	+0,1pts	26	-18,8%	313	-10,3%	12%	+3,2pts
4 ^{ième}	SPIN MASTER	4,5%	+0,9pts	30	-21,1%	230	+4,1%	10%	-2,4pts
5 ^{ième}	Hasbro	3,2%	-0,1pts	18	-30,8%	151	-11,2%	12%	-0,3pts
6 ^{ième}	Smoby	3,1%	-0,2pts	15	-16,7%	159	-21,7%	12%	+0,8pts
7 ^{ième}	Barbie	3,1%	+0,3pts	32	-5,9%	158	-3,7%	14%	-1,2pts
8 ^{ième}	playmobil	2,8%	-0,7pts	35	-22,2%	186	-25,3%	8%	-2,4pts

Top 3 - Produits les plus visibles



NINTENDO
JEU SWITCH SUPER MARIO PARTY JAMBOREE
1 UNITE

31
NOMBRE D'UB

44,75€
PRIX VIRTUEL MOYEN

1,8%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



NINTENDO
JEU SWITCH MARIO & LUIGI L'EPOPEE FRATERNELLE
1 UNITE

30
NOMBRE D'UB

44,99€
PRIX VIRTUEL MOYEN

0%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



NINTENDO
JEU SWITCH MARIO KART 8
1 UNITE

24
NOMBRE D'UB

45,17€
PRIX VIRTUEL MOYEN

1,1%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : JEUX & JOUETS- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S40-S52.2024 vs N-1

LES CHIFFRES CLÉS

Le black friday

TOP 10 MARCHES EN NOMBRE D'UB

TELEVISION / HARDWARE / TELEPHONIE MOBILE / JEUX TRADITIONNELS / JEUX VIDEOS /
ASPIRATEURS / MACHINE A CAFE / VAISSELLE / CUISSONS / BLANC

Vendredi 29 novembre

ANALYSE PROSPECTUS AVEC LA THEMATIQUE BLACK FRIDAY

Circuit : HM+SM

Géographie : Prospectus Nationaux + Régionaux

Supports : Papier/Web + Exclu web

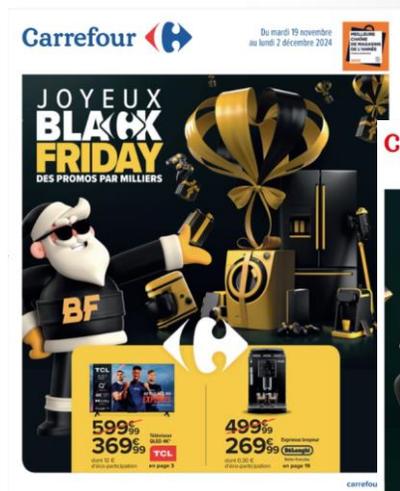
Période : S47-S48.2024 vs N-1



Le black friday

ANALYSE PROSPECTUS S47-S48.2024

Pages de couverture avec Temps Fort



MARCHÉS : THÉMATIQUE BLACK FRIDAY- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S47-S48.2024 vs N-1

Le black friday

ANALYSE PROSPECTUS S47-S48.2024 vs N-1

	Part de Voix		Pression Promo	Nombre OP 1 OP = 1 ou plusieurs réf.		Nombre UB 1 UB = 1 ou plusieurs réf.		Taux Générosité avec gratuité	
TOTAL MARCHÉS	100%		-28,9%	44	=	1 092	+3,6%	23%	-0,4pts
VAISSELLE	16,7%	+7,3pts	-67,2%	23	+21,1%	261	+35,2%	8%	-1,2pts
JEUX TRADITIONNELS	15,5%	+2,2pts	-8,2%	31	=	187	+26,4%	25%	-1,6pts
HARDWARE	14,0%	-4,7pts	-7,0%	21	-8,7%	112	-27,7%	23%	-0,3pts
TELEPHONIE MOBILE	12,6%	-0,6pts	-13,0%	26	+23,8%	115	+1,8%	28%	+1,1pts
TELEVISION	10,7%	-1,2pts	+18,2%	20	-13,0%	76	-18,3%	23%	+2,4pts
CUISSON	7,4%	+0,4pts	+24,1%	30	+7,1%	103	+12,0%	32%	-3,5pts
JEUX VIDEOS	6,5%	-3,5pts	-52,4%	15	=	73	-22,3%	8%	+0,6pts
ASPIRATEURS	6,3%	+0,5pts	+1,5%	22	-4,3%	65	+10,2%	38%	+2,0pts
MACHINE A CAFE	5,9%	-0,1pts	+17,2%	25	+4,2%	55	-9,8%	40%	+1,9pts

MARCHÉS : THEMATIQUE BLACK FRIDAY- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S47-S48.2024 vs N-1

Le black friday

ANALYSE PROSPECTUS S47-S48.2024 vs N-1

		Part de voix marché Total marchés / Total bazar + textile au sein de chaque enseigne		Pression Promo	Nombre OP		Nombre UB		Taux Générosité avec gratuité	
Coopérative 		51,2%	+21,3pts	-25,6%	3	-25,0%	58	-73,3%	38%	+20,5pts
Carrefour 		42,8%	-8,3pts	+139,5%	9	+80,0%	348	+88,1%	20%	-4,8pts
E.Leclerc 		31,7%	-17,7pts	-69,2%	7	+40,0%	201	+120,9%	23%	-3,3pts
		31,3%	-3,9pts	+2,2%	4	+33,3%	49	+88,5%	31%	-7,8pts
Intermarché 		26,9%	+1,2pts	+84,6%	4	+100,0%	84	+200,0%	23%	-15,2pts
Auchan 		26,4%	-7,7pts	-63,2%	6	+20,0%	92	-27,0%	22%	-0,3pts
		23,0%	+7,4pts	-68,5%	1	-50,0%	9	+200,0%	6%	-7,8pts
		22,6%	-4,1pts	-97,2%	2	-77,8%	96	-52,2%	12%	-0,2pts
		21,5%	-4,7pts	-17,6%	3	+50,0%	26	+136,4%	23%	+1,5pts
MONOPRIX		13,0%	-0,7pts	+14,9%	3	+50,0%	47	+14,6%	6%	+0,5pts

MARCHÉS : THEMATIQUE BLACK FRIDAY- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S47-S48.2024 vs N-1

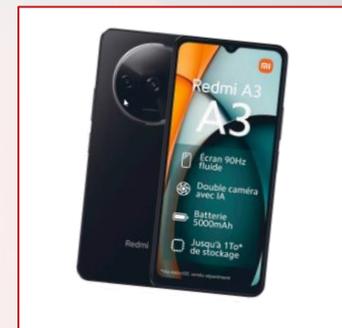
Le black friday

ANALYSE PROSPECTUS S47-S48.2024 vs N-1

Top 8 – Marques nationales les plus visibles

		Part de Voix (Marque Nat.)		Nbre OP		Nbre UB		Taux Générosité	
1 ^{ER}		13,6%	+1,8pts	17	-52,6%	92	-51,1%	25%	+1,6pts
2 ^{ième}		3,5%	=	15	-60,0%	26	-50,0%	32%	+6,2pts
3 ^{ième}		3,5%	=	8	-60,0%	19	-51,9%	26%	+6,7pts
4 ^{ième}		3,2%	+1,0pts	9	-14,3%	17	-29,4%	27%	+0,2pts
5 ^{ième}		3,0%	-0,7pts	11	-45,5%	24	-60,0%	1%	+0,2pts
6 ^{ième}		2,9%	+2,6pts	14	+66,7%	22	+88,9%	52%	+14,7pts
7 ^{ième}		2,8%	-0,6pts	11	-63,6%	16	-70,0%	19%	+0,9pts
8 ^{ième}		2,6%	+1,2pts	16	-20,0%	22	-28,0%	32%	-8,3pts

Top 3 - Produits les plus visibles



XIAOMI
TELEPHONE PORTABLE REF
REDMI A3 128 GO
1 UNITE

6
NOMBRE D'UB

104,7€
PRIX VIRTUEL MOYEN

30%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



SAMSUNG
TELEPHONE PORTABLE REF
GALAXY A25 128 GO
1 UNITE

5
NOMBRE D'UB

208,8€
PRIX VIRTUEL MOYEN

34%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ



NINTENDO
CONSOLE SWITCH OLED + JEU
SUPER MARIO BROS WONDER +
SWITCH ONLINE 12 MOIS
1 ENSEMBLE

4
NOMBRE D'UB

312,3€
PRIX VIRTUEL MOYEN

0%
TAUX DE GÉNÉROSITÉ

MARCHÉS : THEMATIQUE BLACK FRIDAY- HM+SM – NAT+REG - SUPPORTS PROSPECTUS PAPIER/WEB + EXCLU WEB – S47-S48.2024 vs N-1



S50.2024-S03.2025
vs N-1

Début d'année

LE BLANC



CAD S05.2025
vs N-1

Dimanche 2 février 2025

CHANDELEUR



CAD S05.2024
vs N-1

Mercredi 29 janvier 2025

NOUVEL AN CHINOIS



S06-S09 2025
vs S04-S07.2024

Mardi 4 mars 2025

MARDI GRAS



CAD S07.2025
vs N-1

Vendredi 14 février 2025

ST VALENTIN



S07-S11.2025
vs N-1

Lundi 17 mars 2025

ST PATRICK



S06-S18.2025
vs N-1

Février, mars & avril 2025

PLEIN AIR



28.02 au 29.03.2025
vs 10.03 au 09.04.2024

Du 28 février au 29 mars 2025
Dates susceptibles d'être modifiées

RAMADAN



S12-S16.2025
vs S09-S13.2024

Dimanche 20 avril 2025

PÂQUES



S17-S21.2025
vs N-1

Dimanche 25 mai 2025

FÊTE DES MÈRES

GAGNEZ DU TEMPS
dans vos analyses
avec un outil clé en main !

Périmètre

- ✓ **LIVRAISONS**
HEBDOMADAIRE | MENSUELLE | A LA DEMANDE
- ✓ **CALENDRIER**
CAM / CAD / MENSUEL / PÉRIODE PANÉLISTE
- ✓ **VUES PERSONNALISABLES**
MARCHÉS | ENSEIGNES | MARQUES
- ✓ **DONNEES DISPONIBLES :**
ENCART PROSPECTUS | DATE PROSPECTUS
PRIX BRUT | PRIC UC | PRIX VIRTUEL |
MECANIQUE | NOMBRE DE MAG | EVOL. UB vs N-1

Enseigne	Marque	Indicateurs	janv-23				Nbr UB	Evol N-1
			S01 2023	S02 2023	S03 2023	S04 2023		
ENSEIGNE 1	MARQUE 1	UB					4	+2
		Libellé	LIBELLE A	LIBELLE B	LIBELLE C	LIBELLE D		
		Format	2 POT 100 GR	1 SACH 150 GR	3 BRICK 20 CL	2 POT 160 GR		
		Nombre de mag.	136/137 magasin(s) (NAT)	86/137 magasin(s) (NAT)	135/137 magasin(s) (NAT)	83/137 magasin(s) (NAT)		
		Nombre de réf.	2	2	6	2		
		Date	Du 03/01/2023 au 14/01/2023	Du 10/01/2023 au 21/01/2023	Du 17/01/2023 au 23/01/2023	Du 31/01/2023 au 06/02/2023		
		Prix Brut	2,20 €	2,15 €	3,57 €	1,99 €		
	Prix Virtuel	1,76 €	1,60 €	2,50 €	1,39 €			
	Mécanique	LV Carte € 40 % sur le 2ème prod.	LV 50 % sur le 2ème prod.	LV 60 % sur le 2ème prod.	LV 60 % sur le 2ème prod.			
	MARQUE 2	UB					3	-1
		Libellé	LIBELLE A	LIBELLE B		LIBELLE A		
		Format	6 UNITE	1 PIECE 450 GR		6 UNITE		
		Nombre de mag.	126/137 magasin(s) (NAT)	137/137 magasin(s) (NAT)		126/137 magasin(s) (NAT)		
		Nombre de réf.	1	2		1		
Date		Du 03/01/2023 au 14/01/2023	Du 10/01/2023 au 21/01/2023		Du 31/01/2023 au 06/02/2023			
Prix Brut		2,13 €	3,56 €		2,13 €			
Prix Virtuel	1,49 €	2,35 €		1,49 €				
Mécanique	Ri 30 %	Carte € 34 %		Ri 30 %				

Contactez-nous



LES INDICATEURS

Nombre d'UB (unité de besoin) : nombre d'UB = nombre de visuels/encarts quel que soit le contenu

La générosité : est calculée en faisant la différence entre le prix BRUT et le prix VIRTUEL, la valeur est ensuite retranscrite en pourcentage.

A noter : la générosité n'est disponible que dans la mesure où elle est calculable (prix affiché + mécanique quantifiable en Euros).

Nombre d'UB > à 34% de générosité (UB agressives) : nombre d'encarts ayant une générosité supérieure à 34%.

Part de voix : c'est le nombre d'offres sur lequel on applique une pondération. Elle est calculée en multipliant le nombre d'offres aux surfaces commerciales des magasins qui ont suivi l'offre.

Pression promo : évolution en pourcentage du poids promo d'un élément par rapport à lui-même (exemple en année N vs année N-1).

OP (Opération promotionnelle) : il s'agit du regroupement de plusieurs versions de prospectus inhérent à la même opération. Nous saisissons la totalité des déclinaisons régionales reçues en boîte aux lettres. Une OP est considérée Nationale dès qu'elle représente 60% du parc total de l'enseigne.

LES TYPES DE DIFFUSIONS

Nationale : 60% des magasins du parc de l'enseigne participent. (*à noter, que ce taux est celui utilisé par défaut mais il est modulable au global ou à l'enseigne*).

Régionale : à partir de 2 magasins participants, et jusqu'à 59.9% du parc de l'enseigne.

LES TYPES DE SUPPORT

PROSPECTUS Papier/Web : il s'agit de prospectus existant en version papier. Ce même prospectus peut être feuilletable dans son intégralité en ligne sur les sites des enseignes.

UB Papier/Web + Exclu WEB : total des UB.

UB Papier/Web : UB jouées dans une opération papier et web.

UB Prospectus Exclu WEB : UB jouées dans une opération papier ayant un complément d'UB sur le WEB

LES TYPES DE MARQUES

NAT / Marques nationales : Marque détenue par un industriel dont nous retrouvons les produits dans de multiples enseignes. Par extension, les marques nationales peuvent comprendre des marques internationales comme régionales.

MDD / Marque De Distributeur : marque créée par l'enseigne et utilisée pour commercialiser ses propres produits. Nous l'appelons aussi « Marque Propre ».

MPP / Marque Premier Prix

LES DIFFERENTS PRIX

Prix brut : prix initial avant toute réduction

Prix UC : prix affiché tenant compte des réductions immédiates applicables en caisse dès l'achat d'un produit, soient le BRI (Bon de réduction immédiat) et la RI (Remise immédiate)

Prix virtuel : prix final prenant en compte la totalité des mécaniques promotionnelles applicables immédiatement en caisse ou en différé mais toujours sujet à condition (exemples : être porteur de carte pour bénéficier du cagnottage ; acheter 3 produits pour en avoir 1 gratuit : ...etc...).

LES DIFFERENTES MÉCANIQUES

Les mécaniques promotionnelles sont les instruments disponibles pour monter l'offre commerciale sur un produit. Ce sont les avantages accordés au shopper sur l'achat d'un produit. Nous dissocions 2 grandes familles de mécaniques : les NIP et les non-NIP.

MÉCANIQUES NIP

NIP est l'acronyme de « Nouveaux Instruments Promotionnels ». Ce sont les techniques de ventes développées depuis le début des années 1990 regroupant les mécaniques de « Fidélité », de « Lot virtuel » et de « Remise immédiate ».

- **Cagnottage** : Mécanique de fidélisation. Elle permet de bénéficier de remise pour un prochain passage en caisse via un montant cagnotté sur la carte de fidélité (en € ou en points), ou via un bon d'achat/coupon papier :
 - Cagnottage carte : montant à cagnoter sur la carte de fidélité du magasin, et utilisable dès le prochain passage en caisse.
 - Cagnottage points : nombre de points à cumuler sur la carte de fidélité du magasin, qui permettent d'obtenir des cadeaux ou des bons d'achat.
 - Cagnottage en ticket : bon d'achat remis en caisse, et utilisable dès le prochain passage en caisse. Il s'adresse à tous, pas nécessairement qu'aux porteurs d'une carte du magasin.

- **Lot virtuel** : Mécanique promotionnelle permettant d'obtenir une remise sous conditions. Pour bénéficier de la remise, il faut acheter plusieurs produits. Nous parlons de « Lot virtuel homogène » quand il s'agit d'acheter plusieurs produits identiques ou de « Lot virtuel hétérogène » quand il s'agit d'acheter plusieurs produits au sein d'une gamme, d'une marque, d'un rayon, etc.

Nous distinguons 2 types : « Lot virtuel immédiat » (*remise applicable immédiatement en caisse*) et « Lot virtuel différé » (*remise utilisable lors d'un prochain passage en caisse*).

- Lot virtuel immédiat
 - LV 3 pour 2 : la remise est conditionnée par l'achat de plusieurs produits.
 - LV Bogof (Buy one get one free) : 1 produit acheté = 1 produit offert
 - LV Crescendo : avantage progressif et immédiat, plus on achète, plus l'avantage est important. Pour en bénéficier, il faut acheter plusieurs produits en même temps afin de former un lot.
 - LV x%/xème produit : remise immédiate en caisse de tout ou partie du prix du produit sur l'achat d'au-moins 2 produits.
 - LV hétérogène : achat de plusieurs produits hétérogènes.
 - LV autres : lots virtuels n'entrant pas dans les 3 catégories précédentes. Il peut présenter une remise de tout ou partie du prix du produit, ou il peut également s'agir d'un LV sur plus de 3 produits.
- Lot virtuel différé :
 - Autres LV différé : avantage en Euro/points/ticket valable ultérieurement. Pour en bénéficier, il faut acheter plusieurs produits identiques en même temps afin de former un lot homogène ou hétérogène.
 - LV différé crescendo : avantage progressif cagnotté sur la carte, plus on achète, plus l'avantage est important. Pour en bénéficier, il faut acheter plusieurs produits en même temps afin de former un lot. Le montant cumulé sur la carte de fidélité sera utilisable au prochain passage en caisse.

- **Remise immédiate** : La remise immédiate est une réduction de prix accordée sur un produit. Elle peut d'adresser à tous les shoppers ou peut être conditionnée (offre porteuse de carte uniquement).
 - Remise immédiate std : la réduction est appliquée par l'enseigne et est immédiate en caisse. Généralement, le prix affiché tient compte de la remise.
 - Remise immédiate si carte : la réduction est appliquée par l'enseigne et est immédiate en caisse à condition que le shopper soit porteur de la carte du magasin (carte de fidélité ou carte bancaire de l'enseigne).

MÉCANIQUES NON NIP

Les mécaniques non NIP sont tous les avantages consommateurs initiés par les industriels. Il s'agit de toutes les mécaniques n'étant pas un NIP.

- **Bon de réduction** :
 - Bon de réduction immédiat (BRI) : la réduction est à l'initiative de l'industriel, le bon est à détacher de l'article et à donner en caisse. La réduction est appliquée immédiatement en caisse par le distributeur qui retourne le bon au fournisseur pour se faire rembourser
 - Bon de réduction in pack : la réduction est à l'initiative de l'industriel, le bon est à valoir sur le prochain passage en caisse.
 - Coupon de réduction : le coupon est à découper dans le prospectus et à présenter lors du passage en caisse pour bénéficier de la réduction.
 - Offre de remboursement : Pour l'achat d'un produit ou de plusieurs produits en simultané, remboursement de tout ou partie du montant de votre achat sous conditions. Pour bénéficier du remboursement, il faut retourner les preuves d'achat, ticket de caisse et code barre de l'article, ainsi qu'un RIB.

- **Gratuité** :
 - Gratuité incluse (DONT) : une partie du produit est offerte et comprise dans le conditionnement/format indiqué. La gratuité est mentionnée par la notion de « DONT ».
 - Gratuité additionnelle (PLUS) : une partie du produit est offerte en plus du conditionnement/format indiqué. La gratuité est mentionnée par la notion de « PLUS ». Par défaut, pour les produits n'ayant pas l'information du type de gratuité (comprise ou additionnelle), A3 Distrib codifie le produit avec la notion « PLUS ».
- **Humanitaire** : une action est menée en faveur d'une association ou d'une œuvre caritative.
- **Jeux & concours** : Technique promotionnelle visant à animer la relation client. Le jeu ou le concours est ouvert au shopper et est normalement lié à une obligation d'achat ou fait appel aux connaissances du participant. Ils regroupent les actions marketing jeux des enseignes et les OP Trade des industriels.
- **Primes & cadeaux** : Des cadeaux, gadgets, produits associés, ... sont offerts avec le produit.
- **Prix barré** : Aucune mécanique n'est annoncée, il y a juste un prix avant/après. Il peut donc s'agir d'une remise ou d'une baisse de prix.
- **Formats promo** : Une mention est présente sur le produit indiquant que le prix/l'offre a une teneur exceptionnelle.

PROMOS SANS MÉCANIQUE

Les promos sans mécaniques sont toutes les promos dont aucun avantage consommateur n'est mis en avant.



vous accompagne pour vos suivis
Promos, Pricing & E-commerce



SUIVI PROMOTIONS
PAPIER & ON-LINE



PILOTAGE PRIX &
ASSORTIMENTS
E-COMMERCE

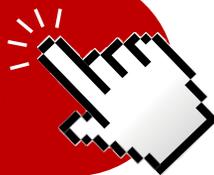


RELEVÉ DRIVE
FORCE DE VENTE



BILAN ET AUDIT
CLÉ EN MAIN

Contactez-nous



+ 33 (0)2 53 59 12 40
commercial@a3distrib.fr