



### Un rayon bien lisible

Après agrandissement et remodeling, l'Intermarché d'Illiers-Combray (2 956 m<sup>2</sup>) présente un rayon fromage libre-service étonnamment ajusté, mais marchand. Le balisage est un atout pour la visibilité des familles de produits, même s'il peut laisser sur le long terme.

## INTERMARCHÉ ADOPTE LE PLAN MERCH DE SAVENCIA

CRÉMERIE

- 41 Intermarché ont adopté le plan merchandising de Savencia au rayon fromage, beurre et crème.
- Merch'up permet de gagner jusqu'à 24 % de linéaire développé.
- Le rayon fromage libre-service d'Intermarché Illiers-Combray a progressé de 8,3 %.

**A**grandi et rénové début 2019, l'Intermarché d'Illiers-Combray (28) a adopté l'agencement Merch'up de Savencia (Caprice des dieux, Fol Épi, Elle & Vire, etc.) au fromage, beurre et crème libre-service. Première impression : le rayon est convivial et la segmentation, balisage aidant, apparaît clairement, notamment grâce à des kakemonos et des bandes de rives assorties. On entre dans l'allée par les fromages apéritif, famille d'impulsion, pour aller vers ceux à l'achat plus prémédité comme les crémeux, puis les fromages de plateaux valorisés.

#### SIMPLIFIER LA LECTURE DU RAYON

Pour mettre au point ce nouveau plan, Savencia a d'abord expérimenté quatre types de segmentation via le logiciel de merchandising 3D Perfect shelf, dévelop-

pé par Dassault Systèmes. La partie mobilier et accessoires de balisage a été élaborée par la suite, en magasin. « Nous avions d'abord besoin de valider la segmentation, sans biais esthétique, confie Damien Béné-

teau, directeur du category management de Savencia. Notre objectif était de simplifier la lecture du rayon. »

Quatre pôles sont mis en avant, offrant une clé d'entrée « usages » : apéro, tartine, dégustation et cuisine. Pour le reste, beurre, margarine et crème restent classés par technologie. En veillant aussi à démarquer par les beurres de tradition valorisés. Les crèmes UHT sont prévues dans le plan au besoin. À l'intérieur de chaque pôle un séquençage par technologie et type de lait a été conservé de façon à ne pas perturber la logique d'achat. Les crémeux, chèvre, brebis ou emmental et comté rythment le pôle dégustation par exemple. Pour le bio, l'industriel propose soit une brèche soit d'intégrer les références parmi le conventionnel, tout dépend du choix du magasin ou de l'enseigne.

#### Merch'up séduit aussi Système U

Intermarché n'est pas la seule enseigne à avoir opté pour le plan merch de Savencia. Le séquençage a été adapté à 108 magasins U, dont 97 supermarchés. Là encore, les résultats se révèlent positifs. Merch'up fait gagner 3 % de chiffre d'affaires au rayon fromage libre-service. Avec une nuance dans le plan : Système U choisit de faire émerger un pôle bio et surtout de réintégrer les allégés (-4,8 % de CA), qui ne cessent de perdre du terrain, dans leurs familles d'appartenance. Un pari gagnant. Les allégés affichent un écart de tendance de +23 % en chiffre d'affaires. Le plan de Savencia devrait également se déployer chez Cora et Carrefour en 2020.

Ritaglio stampa  
Testata: Linéaires  
Data: Novembre 2019  
Pagina: 45-46  
Diffusione: 12.944  
1/2

LE MENUEL DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE  
**LINÉAIRES**



**Des pages de lecture**

Une bande de balisage nommée « page de lecture » matérialise la différence de profondeur entre les tablettes du haut et du bas. Ce décrochage visuel permet de communiquer. Apparaissent des recettes ou des astuces de découpe du fromage par exemple.

**Quatre pôles aux couleurs vives**

Les joues de têtes de gondole détaillent les pôles identifiés par Savencia (apéritif, tartine, dégustation et cuisine). Les couleurs vives s'adaptent aussi aux kakemonos et bandes de rives.

La partie mobilier a été développée avec Epta. Pour créer des aspérités, les tablettes du haut sont légèrement en retrait, de manière à opérer une rupture visuelle. Une bande de lecture matérialise la différence de profondeur et permet d'afficher des recettes, des astuces pour découper les fromages ou un petit topo façon « le saviez-vous? ».

**DES TABLETTES DE 60 CM**

Avec un facing par référence pour l'essentiel, le rayon est dense. D'autant que les familles, par exemple les fromages frais nature et les aromatisés, sont séparées par un plexi vertical qui tend à figer l'implantation. Ce qui ne représente pas un frein selon Lydia Tosi, la responsable du rayon crèmerie libre-service: « Nous n'avons aucun mal à remplir, d'autant que les colisages en crèmerie sont généralement assez petits. Pour les grosses ventes type camemberts, nous avons adapté le nombre de facings. » Ce choix de tablettes étroites permet de faire varier les hauteurs plus facilement, comme dans une bibliothèque en somme. Et donc de gagner ici 7,5 % de linéaire développé (jusqu'à 24 % dans certains points de vente), un bénéfice non négligeable. En outre, la largeur correspond à celle d'une porte, avantage indéniable pour une configuration en meubles fermés. Les premiers résultats sont probants.



**Question de robustesse**

Le balisage utilisé à Intermarché Illiers-Combray a été légèrement modifié dans le concept pour plus de robustesse. À l'usage, notamment avec le remplissage des rayons, le matériel s'abîme assez vite.



**Une implantation façon bibliothèque**

Rien ne se perd, surtout pas la place dans ce rayon. Les tablettes ne mesurent que 60 cm de large pour optimiser l'implantation. Cette dernière est pensée comme les étagères d'une bibliothèque qui s'ajuste à la hauteur des livres.

L'Intermarché d'Illiers-Combray affiche un chiffre d'affaires en hausse de 8,3 % au rayon fromage (+ 7,4 % sur le magasin depuis le remodelage) et de 3 % sur le beurre et la crème malgré le retrait promotionnel sur la catégorie entre janvier et septembre. En octobre 2019, plus de 41 Intermarché avaient adopté Merch'up, balisage inclus.

« Nous venons d'entériner un partenariat avec l'enseigne pour accompagner la mise en place de Merch'up sur plus de 300 points de vente d'ici mars 2020 », se félicite Damien Bénéteau. L'objectif à terme: développer cette segmentation en drive, un autre chantier d'ampleur. ●

AGATHE LEJEUNE

Ritaglio stampa  
Testata: Linéaires  
Data: Novembre 2019  
Pagina: 45-46  
Diffusione: 12.944  
2/2