



CONCEPT  
*hypers*



SIRIUS 2019

BEAUTE PLURIELLE



X



DOCUMENT STRICTEMENT CONFIDENTIEL  
NE PAS DIFFUSER

## UN MARCHÉ EN BAISSÉ AVEC DES OPPORTUNITÉS



Le marché de l'hygiène beauté en baisse depuis 2016 en Hypermarchés...

**-5,6%** en volume

**-5,9%** en valeur



... Mais porté par une tendance forte : l'hygiène beauté BIO

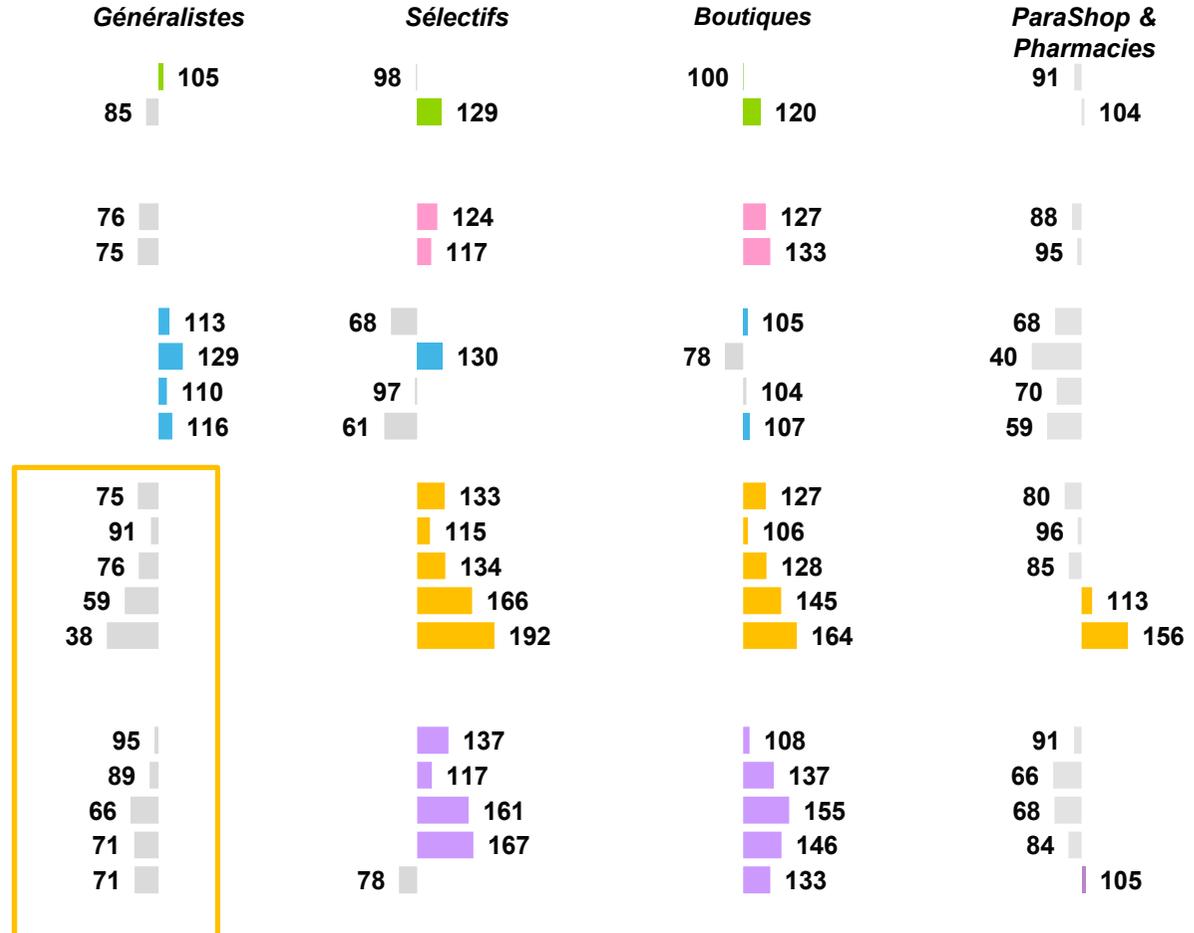
**+71%** en volume

**+68%** en valeur

# UNE IMAGE DU PÔLE HYGIÈNE BEAUTÉ À AMÉLIORER EN GMS

Indice perception moyenne du circuit vs moyenne toutes enseignes

<b>LA PERCEPTION DU RAYON</b> <i>Produits faciles à trouver</i> <i>Rayons bien tenus</i>
<b>LA PROXIMITÉ AFFECTIVE</b> <i>Que j'aime beaucoup</i> <i>Que je recommanderais</i>
<b>LES AVANTAGES FINANCIERS</b> <i>Bon rapport qualité-prix</i> <i>Avantages CDF répondent vraiment à mes besoins</i> <i>Promotions intéressantes</i> <i>Prix attractifs</i>
<b>L'EXPERIENCE MAGASIN</b> <i>J'ai plaisir à m'y rendre</i> <i>Passage caisse satisfaisant</i> <i>Agréable à fréquenter</i> <i>Offre un accueil agréable chaleureux</i> <i>Donne des informations/ conseils</i>
<b>L'OFFRE / LE CHOIX</b> <i>Beaucoup de choix</i> <i>MDD de bonne qualité</i> <i>Au goût du jour</i> <i>Propose régulièrement des nouveautés</i> <i>Propose une offre suffisante de produits naturels</i>



⇒ Des axes d'amélioration autour des items de conseils, d'ambiance, et d'event

## LES ATTENTES DU CONSOMMATEUR ONT ÉVOLUÉ



**LA SANTÉ**



**L'ÊTRE**



**LE BIEN-ÊTRE**

## MISE EN PLACE DU PARTENARIAT CARREFOUR & L'OREAL



## MÉTHODE DE TRAVAIL

APPROCHE  
CATÉGORIELLE

VISION TRANSVERSE  
DU MARCHÉ

PRISE DE DÉCISION  
RAPIDE

MÉTHODE  
AGILE

# PRÉSENTATION DU CONCEPT

## 6 PARTIS PRIS

### LA PARAPHARMACIE AU CŒUR DU PROJET



### L'OFFRE BIO ET NATURELLE REGROUPEE ET MISE EN VALEUR



### LE MAQUILLAGE NU, UN CONCEPT QUI A DÉJÀ FAIT SES PREUVES



### DES ASPERITES IMPACTANTES DANS L'OFFRE



### UN ESPACE PROMOTION ANIMATION



### DE LA PEDAGOGIE ET DES SERVICES PERSONNALISES



UNE ATMOSPHERE BIEN ETRE RASSURANTE

## 8 GRANDS PÔLES



## EN IMAGE



## LA PARAPHARMACIE OUVERTE SUR LA PARFUMERIE



## LE BIO ET LE NATUREL



### RÈGLE D'IMPLANTATION :

**BIO**  
▼

Produits portant l'un des **logos bio** ci-dessous et uniquement des **marques spécialistes** du bio :



COSMOS  
ORGANIC



**NATUREL**  
▼

Produits dont le % d'ingrédients naturels est **supérieur ou égal à 95%** et clairement indiqué sur le packaging



## LE MAQUILLAGE NU



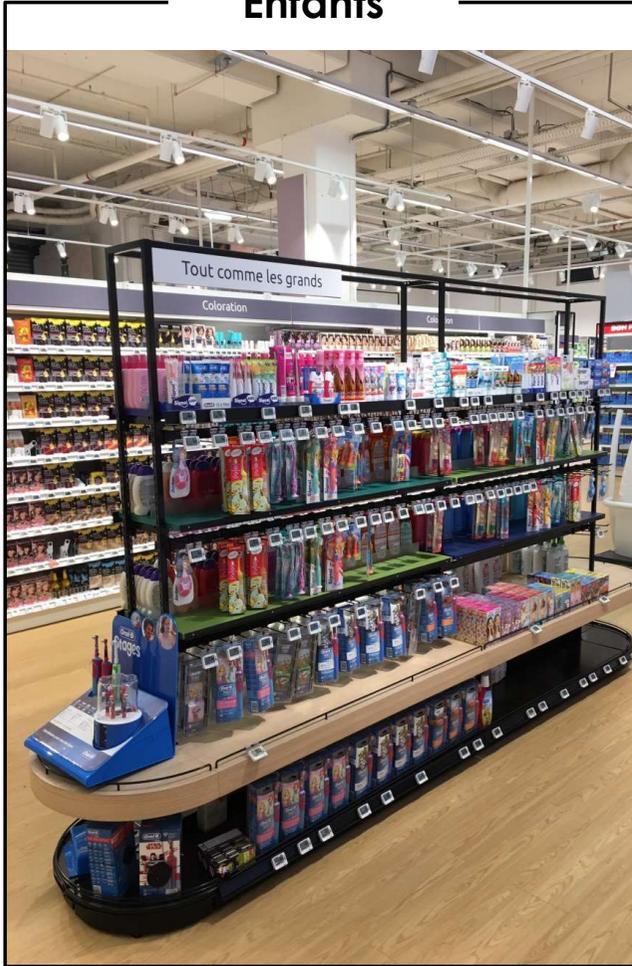
Light box + visuel + cadre

Mise en scène des  
marques Leader

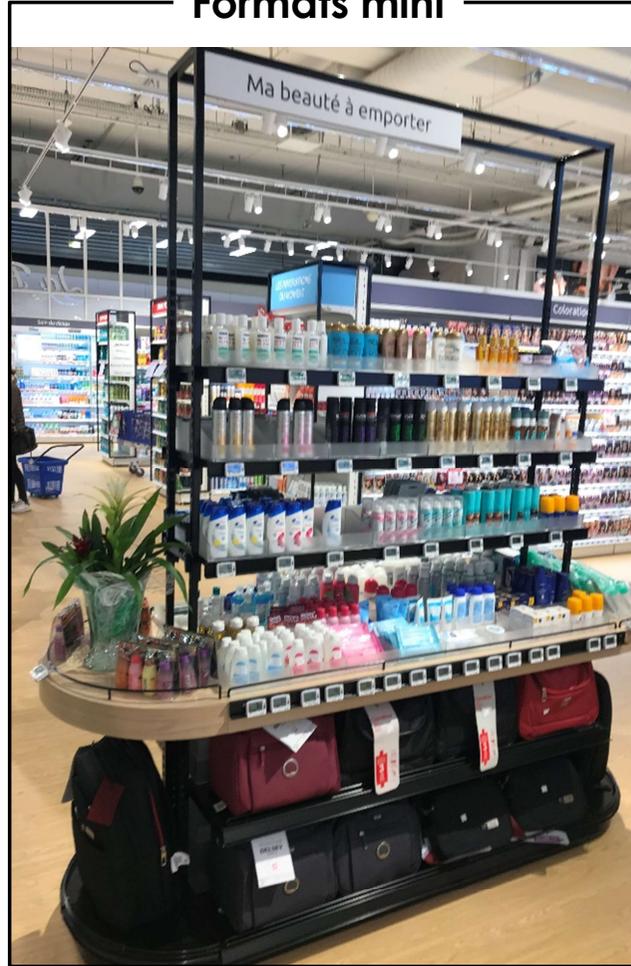
Sol noir spécifique

## DES ASPERITES D'OFFRES MISES EN AVANT

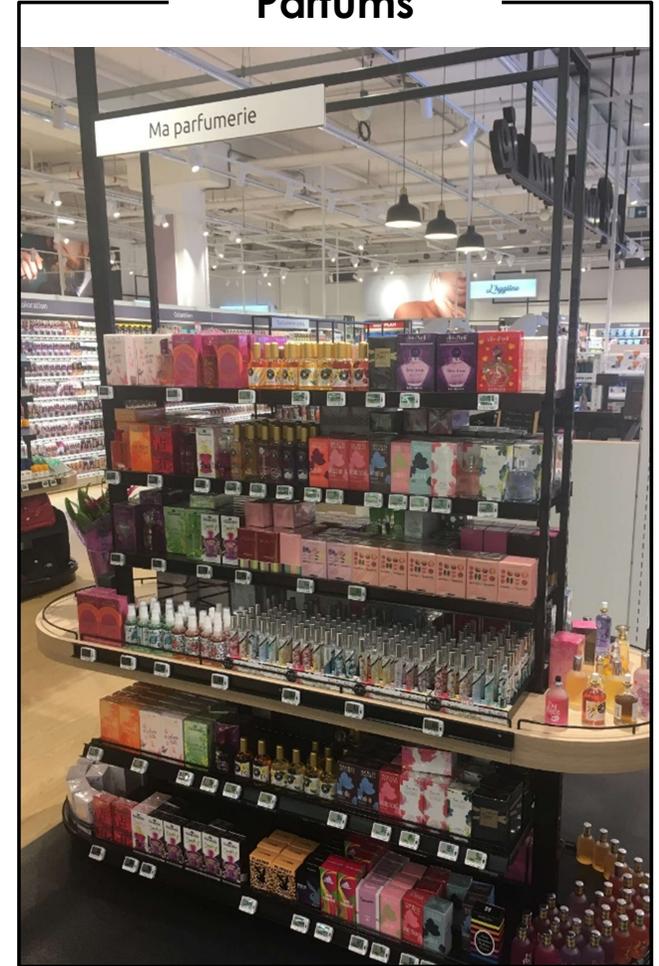
Enfants



Formats mini



Parfums



## DES ASPERITES D'OFFRES MISES EN AVANT

### Masques visage



### Soin de la barbe



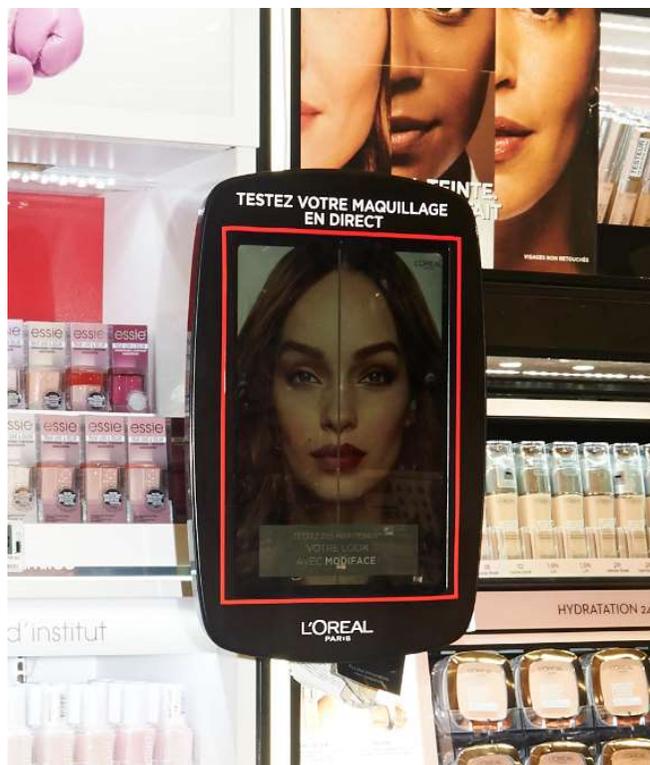
## UN PÔLE ÉVÈNEMENTIEL ET PROMOTIONNEL



## DIGITAL : RÉALITÉ AUGMENTÉE ET CONSEILS

### « Modiface » :

Application pour tester virtuellement les produits maquillage du magasin



### « Au cœur de nos produits » :

Site internet pour consulter et expliquer les ingrédients contenus dans les produits de soin du visage



## LES RÉSULTATS



« C'est **spacieux**, les rayons sont larges, il y a de l'espace entre les rayons, c'est **lumineux, ordonné.** »

« Ca fait plus **espace beauté** que rayon beauté de supermarché. »

« La partie **parapharmacie**, ils ont **fusionné** avec la partie normale. L'entrée est **ouverte**, comme une cuisine américaine. Donc pour le client c'est plus facile d'y aller. Avant je me sentais obligée d'acheter comme dans un magasin de luxe, c'était oppressant. »

Vélocité CA :

**+6pts\***

\*Ecart de CA entre le magasin test et les magasins miroirs de mai à septembre 2019

 **CONCEPT** *hypers*

## ET LA SUITE...

**5 autres magasins** déployés depuis le test de Mars 2019 :

- Crèches sur Saône
- Dijon
- Flins
- Anglet
- Marseille Bonneveine



Crèches sur Saône



Dijon