

LES SIRIUS

Pierre en lumière via traçabilité et consommation de données

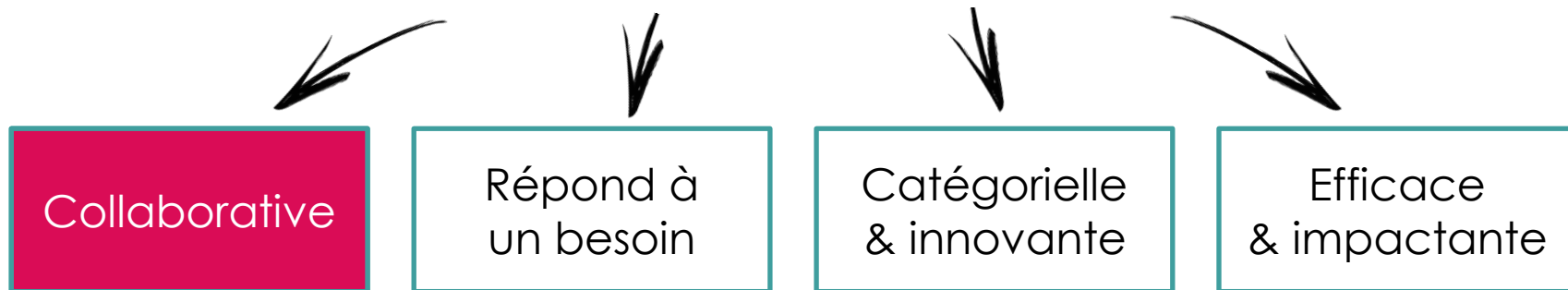


E-plaisir +

**la première démarche e-merchandising e-shopper centric
qui booste le rayon Ultra-Frais en Drive**



E-plaisir +



Le triple socle de notre démarche : collaborations + synergie d'expertises



Spécialistes de la
data

Enseigne
partenaire

Expertise
**catégorielle
& merchandising**



Expertise
E-shopper



Expertise
E-commerce

E-plaisir +



Le diagnostic

Face à un problème de déconsommation chronique



Recul long terme



Problème de valorisation



Erosion de la conso

Un circuit est particulièrement prometteur



DRIVE



76% des gains de l'UF en 2018



CA UF indice 111 vs PGC



Circuit de reconquête de la famille
cœur de cible de l'UF

L'opportunité

Mais le potentiel n'est que partiellement exploité

Vs pénétration
PGC+FLS



Indice 96



Indice 75

Potentiel:
80 M°€

Car les attentes e-shopper
sont inassouvies



Crainte de la DLC trop courte



Offre jugée insuffisante



E-merchandising mal exécuté

Comment exploiter le plein potentiel
d'un circuit prometteur pour la catégorie UF ?

Notre réponse :

E-plaisir+

Arborescence – search – visuels

E-plaisir +



Le challenge catégoriel



IMPACTER LE BUSINESS



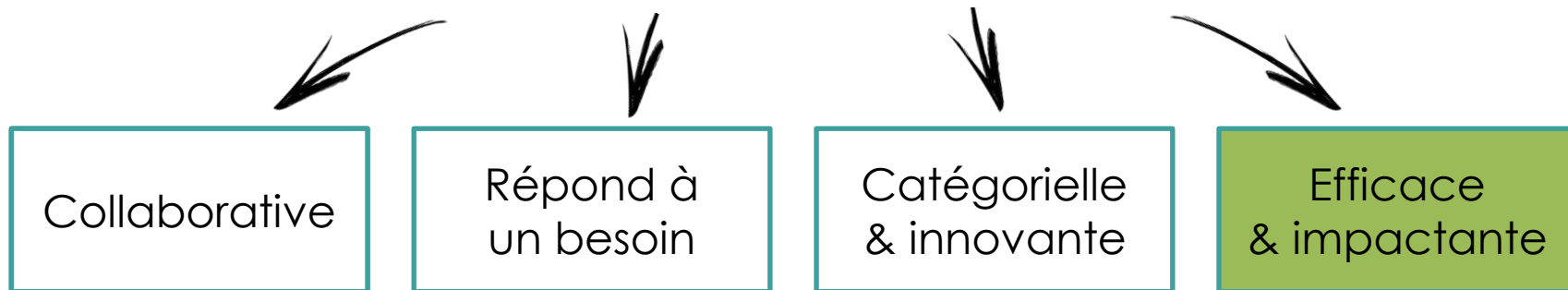
REPONDRE À UNE ATTENTE SHOPPER

E-plaisir + est innovante et embarque des partis-pris

Développer la catégorie via la
1^{ère} **démarche E-commerce Ultra-Frais**
globale & 100% E-shopper centric

Tout en **respectant**
les basiques du retail physique

E-plaisir +



Un bilan business extrêmement positif

→ Impact business



CA UF **indice 168**



Part de search **-4,2 pts**



Equipe enseigne satisfaite ++

→ Création de valeur



Nouveau champ d'expertise



Approche inédite positionnante



Très bon accueil enseignes

En 2019



prend la 2e place du marché !

LES SIRIUS

Pierre et Laurence via Trappistes du Comté de Domai



E-plaisir +

**la première démarche e-merchandising e-shopper centric
qui booste le rayon Ultra-Frais en Drive**

