

L'ACTU DE LA PROMO

L'actu de la promo vous communique chaque mois* les chiffres clés et les tendances de l'activité promotionnelle des marques.

Sommaire Juillet 2011

▶ Actu PLV

- Etat des lieux du marché
- Chiffres clés extraits de l'étude Popai

▶ [Lire l'article](#)

▶ Actu Promo

- Comment concilier mobile et point de vente?

▶ [Lire l'article](#)

▶ Actu Linéaire

- Chiffres clés du rayon boisson
- [Envie de checker l'activité promotionnelle de votre linéaire?](#)

▶ [Lire l'article](#)

*Prochaine parution le 6 Septembre



Alert'in Store est un produit commercialisé par HighCo DATA

Envie d'une étude ciblée sur l'activité promotionnelle de votre rayon ? [Contactez-nous](#) : Email : unequestion@alertinstore.fr | Tel : 04 42 24 85 00

L'ACTU DE LA PROMO

► Actu PLV

- Etat des lieux du marché
- Chiffres clés extraits de l'étude réalisée par le POPAI

► [Retour à l'accueil](#)

► Chiffres clés



Les marques ont plébiscité la PLV en 2010.

Le marché français de la PLV 2010 a marqué une progression de 12,5% pour s'établir à 1,035 milliards d'euros, dans un marché de la communication en légère reprise (+2,9%) et un marché du hors média stagnant (+1%).



Focus sur les supports publicitaires en point de vente

La PLV a réalisé une belle performance effaçant globalement les effets de la crise de 2008 et 2009. Parmi l'ensemble des moyens de communication, elle réalise la plus forte progression, boostant ainsi le poids de la promotion dans les dépenses des annonceurs.

- La PLV destinée au secteur « hygiène, santé, beauté » reprend une part de marché très élevée avec 46% du volume global fabriqué et redevient, par la même, le principal soutien du marché.
- Les outils de marketing au point de vente destinés au secteur « alimentation, boisson » progressent fortement par rapport aux deux dernières années pour représenter 18% du CA total.

Accompagnant ce redressement du volume de la cosmétique, ce sont les matériels complexes (utilisant plusieurs matériaux) qui ont connu les plus forts développements : 23% pour les matériels complexes, contre 18% en 2010. Le marché est revenu sur des matériels durables.



L'ACTU DE LA PROMO

► Actu Promo

- Comment concilier Mobile et Point de vente? Le cas de Nestlé & de l'application mobile CheckPoint aux Etats-Unis nous livrent quelques pistes de bonnes pratiques.

► [Retour à l'accueil](#)

► Nestlé : le mobile au service de l'acte d'achat en linéaire grâce à Check Point – US

Aux Etats Unis, l'application CheckPoints connaît un réel succès avec plus de 500000 utilisateurs, pour un million de points de vente où le 'check-in' est possible. **Une filiale américaine de Nestlé a lancé une campagne estivale pour ses crèmes glacées Dreyer et Grand Edy, utilisant l'appli Checkpoints.**

Via cette application, l'utilisateur peut à la fois :

- scanner le produit pour connaître ses caractéristiques, ses ingrédients et les points de ventes où ils se trouvent
- bénéficier «pour un achat supérieur à 12 dollars d'un rabais de quatre dollars sur leurs futurs achats, dans certains magasins».



L'ACTU DE LA PROMO

► Actu Linéaire

- Ventes de soft-drinks en GMS
- PDM des marques de soft-drinks en grande distribution
- Envie de checker l'activité promo de votre linéaire?

► [Retour à l'accueil](#)

► Chiffres clés

Ventes de soft-drinks en GMS

Ventes des soft-drinks par catégorie du 29/03/10 au 27/03/11 en hypers et supers (Evolutions à un an).
Source : Nielsen pour Rayon Boissons

Colas

CA : 1 127 millions d'euros (+ 5,4 %)
Volume : 1 218 millions de litres (+ 3,6 %)

Sodas et boissons aux fruits gazeuses

CA : 340 millions d'euros (+ 2,3 %)
Volume : 327 millions de litres (+ 2,3 %)

Boissons aux fruits plates

CA : 231 millions d'euros (+ 4,6 %)
Volume : 257 millions de litres (+ 4,6 %)

Softs clairs (limes, limonades, tonics)

CA : 130 millions d'euros (+ 3,9 %)
Volume : 180 millions de litres (+ 3,9 %)

Thés glacés

CA : 110 millions d'euros (+ 10,1 %)
Volume : 126 millions de litres (+ 8,1 %)

Boissons énergisantes

CA : 100 millions d'euros (+ 4,3 %)
Volume : 23 millions de litres (+ 9,3 %)

Parts de marché des marques de soft-drinks en grande distribution

Répartition des ventes par marques en hypers, supers et hard-discount, année 2010.

Source : panel distributeur d'après fabricant pour Rayon Boissons

Coca-Cola regular	33,90%
Coca-Cola Light	8,00%
MDD	9,50%
Oasis	6,50%
Coca-Cola Zero	6,30%
Orangina	4,60%
Schweppes Fruits	3,30%
Lipton Ice Tea	2,90%
Red Bull	2,70%
Fanta	2,50%
Pepsi	1,80%
Schweppes Indian Tonic	1,50%
Taillefine Fiz	1,00%
Champomy	0,90%

L'ACTU DE LA PROMO

▶ Actu Linéaire

- Envie de checker l'actualité promotionnelle de votre linéaire?

▶ [Retour à l'accueil](#)

▶ Le saviez-vous?

Alert'In Store permet via un abonnement de générer des bilans sur mesure en choisissant vous-même votre angle d'analyse :
marque, rayon, mécanique promotionnelle ...

Pour connaître l'activité promotionnelle de votre rayon,
n'attendez plus, [contactez nous!](#)