cocciZoom

AVRIL 2010

Les Eaux en Bouteille : un lieu de passage obligatoire

Le rayon des eaux est le rayon le plus fréquenté de votre magasin (taux de pénétration = 94 %). C'est d'ailleurs le **1er rayon des boissons sans alcool** en volume (= 2/3 des volumes de Boisson sans alcool).

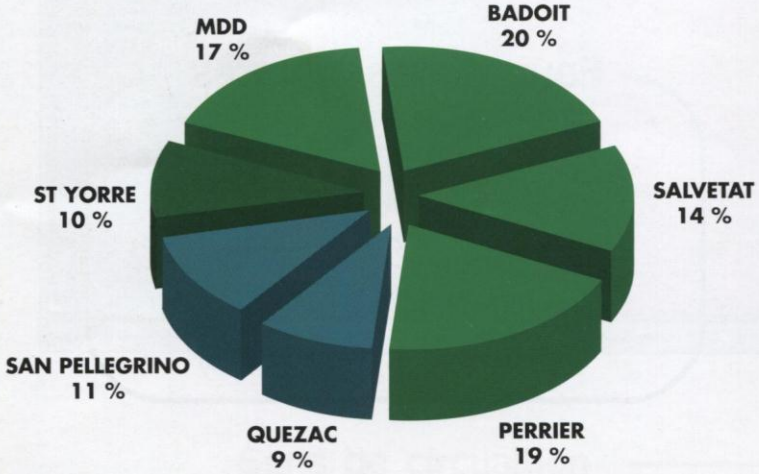
Il y a deux principales catégories dans les eaux : Les Eaux Plates Natures ont un positionnement sur l'hydratation, le bien-être. Leur évolution est à + 4,3 %. **Les Eaux Gazeuses Natures** sont axées sur le plaisir, la sensorialité. Leur évolution est dynamique à + 13,2 %.

Source : Iri P10-09 à P2-10 valeur Tot France

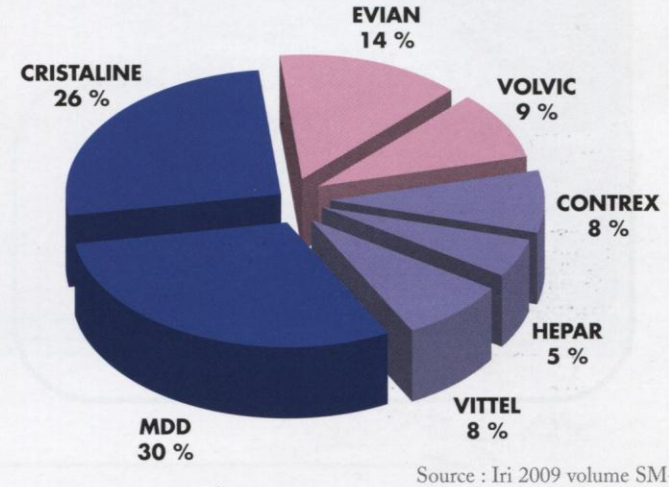
Dans un contexte où le marché a été attaqué par l'eau du robinet en 2007-2008, **le marché se redresse depuis 1 an.** Les principaux leviers pour développer votre chiffre sont:

- **Éviter les Ruptures,** car c'est la 1re source de perte de CA pour les magasins.
- **La Promotion** qui permet de lutter contre le 1er frein à l'achat dans ce rayon qui est : « le prix ». Aujourd'hui, mettre en avant les promotions (ou mettre le balisage promotionnel en rayon) génère du chiffre d'affaire additionnel.

PDM des Eaux Gazeuses Natures



PDM des Eaux Plates Natures



Source : Iri 2009 volume SM-

L'organisation du rayon

Clef d'entrée 1 : Deux univers à séparer : **Eaux Gazeuses** (1/3 du rayon)
Eaux Plates (2/3 du rayon)
Commencer le rayon par le segment des Eaux Gazeuses (plus valorisé) pour encourager son taux de prise.

Clef d'entrée 2 : Approche par bénéfice attendu.
Par exemple, sur les eaux plates, nous distinguons 3 attentes bien distinctes : de l'eau pour toute la famille : les « **eaux quotidiennes** », de l'eau répondant à des problématiques « **spécifiques** », de l'eau à petits prix « **économiques** ».

Clef d'entrée 3 : La Marque : le choix des références se fait d'abord au sein d'une même marque, donc :

1/ Mettre **les petits et les gros formats ensemble**

2/ **Implanter les eaux aromatisées avec leurs marques mères.** (ex: volvic citron à proximité de volvic nature)

Astuce : ***Avoir une partie de l'offre proposée à l'unité,*** *car la quantité moyenne par acte d'achat en SM- sur les eaux plates est de 5,5 litres.*

Source Quanta world panel 2009

Les INCONTOURNABLES du rayon dès 150 m²

Eaux Aromatisées

- **Volvic Citron 1,5 L**
- **Volvic Fraise 1,5 L**
- **Perrier Citron Vert 1,5 L**

Eaux Gazeuses Natures

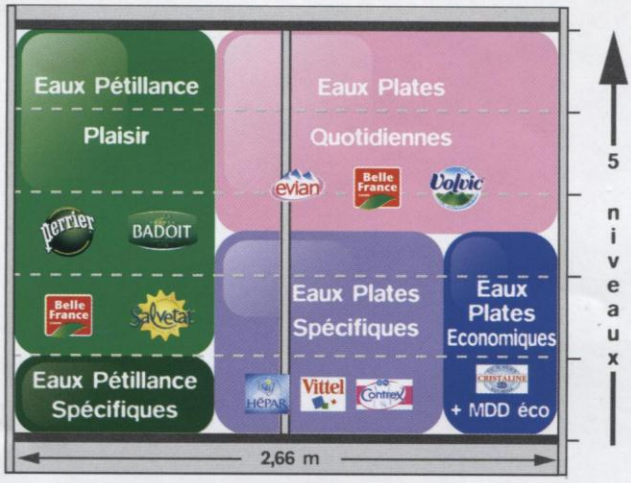
- **Badoit 1 L**
- **Salvetat 1,25 L**
- **Perrier 1 L**
- **St Benoit 1,25 L** (Belle France)

Eaux Plates Natures

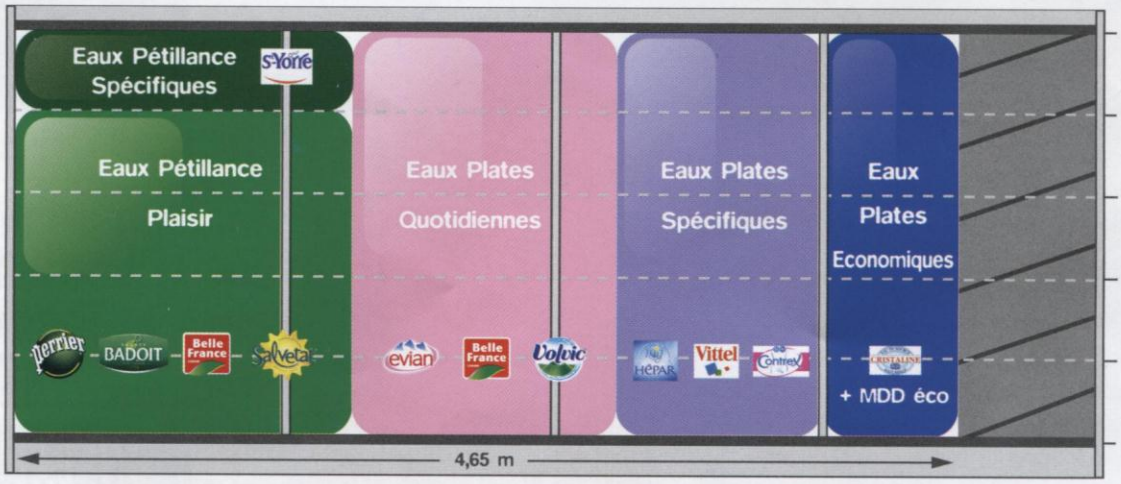
- **Evian 1,5 L et 50 CL**
- **Volvic 1,5 L**
- **Contrex 1,5 L**
- **Hépar 1 L**
- **Native 1,5 L** (Belle France)

Plans de masse

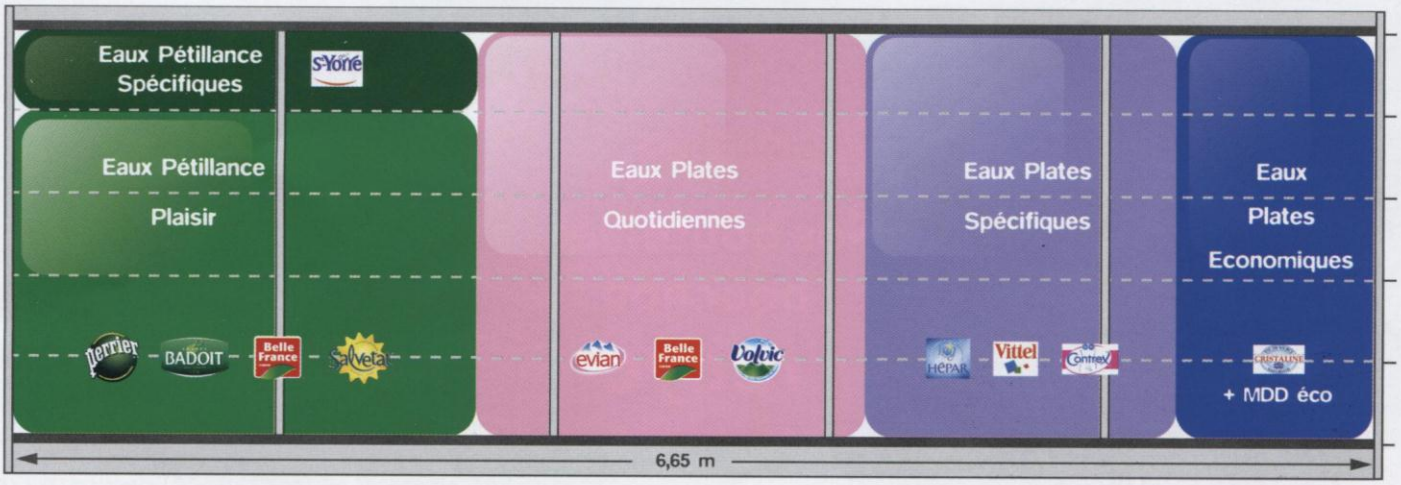
< 300 m² : 2 éléments de 1,33 m (en tablettes)



300 à 700 m² : 3,5 éléments de 1,33 m (en demi palettes ou tablettes)



+ 700 m² : 5 éléments de 1,33 m (en demi palettes)



Sens de circualtion →