

Le point de vue DES CHEFS DE RAYON

Ressentez-vous un recul des MDD ?



"Les marques nationales ont toujours la préférence des seniors, peu enclins à changer leurs habitudes d'achat".

déclarent les chefs de rayon de la région Nord

"Oui, car leur prix a été revu à la hausse, ce qui dessert leur compétitivité vs les marques nationales".

déclarent les chefs de rayon de la région Sud-Ouest

"Oui, en particulier sur le rayon des pâtes alimentaires".

déclarent les chefs de rayon de la région Ouest

"Bien au contraire, elles représentent nos meilleures ventes vs les marques nationales".

déclarent les chefs de rayon des régions parisienne et lyonnaise

"La politique de l'enseigne étant clairement orientée MDD (meilleur emplacement en rayon, plus de visibilité/facing), notre CA est en hausse".

déclarent les chefs de rayon de la région Ouest

"Les MDD ont toujours connu un franc succès auprès de nos consommateurs, qui, depuis la crise, ont délaissé les grandes marques nationales".

déclarent les chefs de rayon de la région Ouest

"Depuis quelques mois, nous constatons au contraire un redémarrage significatif des MDD".

déclarent les chefs de rayon de la région Sud-Ouest

Ci-dessus, les réponses de 1957 chefs de rayon en grandes surfaces interrogés par Distriplus pendant la semaine du 12 septembre 2011.

DONNÉES PAR ENSEIGNE			
	Favorable	Défavorable	Nbre de nsp
Auchan	15,38 %	76,92 %	7,69 %
Carrefour	10 %	66,67 %	23,33 %
Cora	25 %	50 %	25 %
CRF MKT	15 %	65 %	20 %
Fnac	66,67 %	0 %	33,33 %
Franprix	15 %	65 %	20 %
Intermarché	16,79 %	70,99 %	12,21 %
Leclerc	10,71 %	75 %	14,29 %
Super U	19,15 %	68,09 %	12,77 %
TOTAL GÉNÉRAL	17,73 %	68,90 %	13,38 %

DONNÉES PAR SECTEUR			
	Favorable	Défavorable	Nbre de nsp
Est	6,25 %	68,75 %	25 %
Lyon	29,51 %	68,85 %	1,64 %
Nord	35,71 %	64,29 %	0
Ouest	12 %	69,33 %	18,67 %
RP	14,29 %	52,38 %	33,33 %
Sud-Est	25,71 %	74,29 %	0
Sud-Ouest	13,33 %	73,33 %	13,33 %
TOTAL GÉNÉRAL	17,73 %	68,90 %	13,38 %

DISTRIPPLUS



Brigitte Burman, fondatrice de Distriplus, propose depuis 10 ans des forces de vente, supplétives ou permanentes, aux industriels de la grande consommation - des grands comptes comme des PME - qui souhaitent dynamiser leur chiffre d'affaires tout en optimisant leur retour sur investissement. www.distriplus.org

NOMBRE DE PDV INTERROGÉS:

Auchan : 86 / Carrefour : 130 /
CRF Market - Champion : 365 /
Cora : 46 / Fnac : 10 / Leclerc : 285 /
Super U : 385 / ITM : 650