

▼ LE PLEIN DE FONTAINES

Système U, qui mise sur le développement du marché des vins en fontaine, réserve un pan de mur entier à ces conditionnements.



▲ COSY

Le nouveau concept de cave de Système U affiche des couleurs pastel et des matériaux comme le bois et le métal pour créer une ambiance chaleureuse.



STOP À LA MONOTONIE

La linéarité du rayon est rompue par des meubles où les bouteilles sont couchées. Cette astuce permet d'éviter la monotonie et de mettre en valeur les produits.

Systeme U rationalise son rayon vins

Il y a un an, Système U lançait un nouveau concept de rayon vins, fondé sur la simplification, qui élimine 25 % de l'assortiment. Un succès auprès des associés, mais aussi des consommateurs.

100

Le nombre de points de vente qui bénéficient du nouveau concept

15 à 25%

La réduction de l'assortiment via le nouveau concept, selon la taille des magasins

Source : Système U

Cent points de vente implantés en à peine un an. Pas de doute, le nouveau concept de rayon vins du groupement Système U, lancé en juillet 2015, séduit les associés. Il faut dire qu'il a tous les arguments pour convaincre ces propriétaires de magasins : moderne, simple, et surtout rentable ! « Nous ne communiquons pas sur l'augmentation de chiffre d'affaires réalisée, explique Jean-François Rovire, chef de groupe vins chez Système U, mais ce nouveau concept est, sans conteste, un succès. »

Un redéploiement bâti autour de la simplification de l'offre. « Les consommateurs étaient perdus dans le rayon. Ils ne savaient pas quoi choisir ou ne trouvaient pas ce qu'ils cherchaient. Notre concept met en avant les différentes catégories du rayon, sans faire de surenchère sur les produits. Nous avons également porté une attention particulière à l'ambiance, avec des matériaux de type bois et métal, des couleurs pastel et des luminaires spécifiques pour créer un rayon que je pourrais qualifier de décomplexé. »

Résultat, le nouveau rayon vins de Système U énonce de grands principes qui peuvent être repris pour tous les formats et implantations de magasin : un assortiment réduit de 25 %, un agencement des produits par région viticole, puis par couleur (rouge, blanc, rosé).

Mise en valeur des sélections

À cela s'ajoutent un emplacement dédié aux conditionnements de fontaines à vin, des produits haut de gamme mis en cave à vin réfrigérée, et des coups de cœur ou sélections particulières, mis en relief via des meubles en bois de type casier de cave à vins avec des bouteilles couchées.

Si la rationalisation de l'offre a permis à l'enseigne de libérer de la place, elle en profite pour



PLACE AUX TERROIRS

Les terroirs sont mis en avant sur les frontons des linéaires. Ils permettent au consommateur de trouver immédiatement le vin qu'il recherche.



MISE EN AVANT DE LA MDD

Système U a imaginé plusieurs meubles en îlot pour valoriser sa MDD. Les bouteilles sont présentées debout sur le dessus et le bas du meuble abrite du stock en carton.

IDENTIFICATION
Les vins aromatisés, particulièrement consommés en été, sont clairement identifiables grâce à un encadrement aux couleurs vives.



HAUT DE GAMME

Un meuble spécifique dédié aux grands crus valorise les vins premium.



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

jouer sur les mises en avant, avec plusieurs sortes de meubles. L'îlot CVT (Club Vins et Terroirs, la MDD du groupe, lancée en 2013) est un îlot bas, qui peut être implanté en bout de rayon ou au centre de la cave. Il présente sur le dessus 12 références de bouteilles inclinées et dispose en dessous de la place nécessaire pour stocker des cartons ou des bouteilles droites. Cet îlot peut accueillir les références emblématiques CVT, des coups de cœur, une sélection du chef de rayon, ou encore des vins saisonniers ou liés à un événement promotionnel. Comme pour le reste du rayon, les matières utilisées sont le bois et le métal. Une petite ardoise permet aussi à chaque chef de rayon de personnaliser un message pour le consommateur. L'enseigne a également prévu un mobilier de cross-merchandising pouvant être placé à n'importe quel endroit du magasin. Mixant des étagères munies de paniers inclinés, où des bouteilles

peuvent être placées couchées, avec une tablette droite pour le premier niveau, le meuble est exclusivement dédié à la gamme CVT. Un fronton à hauteur des yeux permet de mettre en avant l'offre du moment.

Des meubles différents pour casser la linéarité du rayon

Système U a également designé des meubles spécifiques pour les produits en animation : promotion, foire aux vins, déstockage ou vins primeurs. Il s'agit d'un meuble de massification avec un stock carton sur le dessous. Il peut être implanté au centre ou en bout de rayon, ou même en zone saisonnière.

« En jouant avec ces différents modules, nous arrivons à casser la linéarité du rayon. Nous avons réalisé une étude qualitative qui a montré que le consommateur trouvait le rayon plus confortable, plus agréable, et qu'il avait la sensation d'avoir plus de choix et un plus grand nombre de nouveautés, résume Jean-François

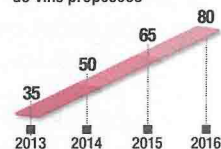
Rovire, qui prévient tout de même : *le concept doit encore évoluer, si nous voulons le garder toujours aussi attractif.* »

Nul doute que Système U saura le faire. Le groupement a intégré le revu sa stratégie vin depuis 2012, date de l'arrivée de Jean-François Rovire dans le groupe. En effet, ancien responsable des liquides chez Monoprix, il a su insuffler une nouvelle stratégie au groupe. La MDD Club Vins et Terroirs se distingue en rayon par une collerette violette. Aujourd'hui, la gamme compte près de 70 références. En 2014, Système U surfe sur les ventes privées et lance la vente de vin en ligne avec un site dédié, clubvinseterroirs.com. En 2015, le service des achats est réorganisé pour être centralisé à Rungis, et le nouveau concept de cave est lancé. Cette année, la MDD se déploie sur le segment des fontaines à vin, avec six références qui seront mises en valeur à la prochaine foire aux vins. ■

CAROLINE FAQUET-LATAPIE

ZOOM SUR LA MDD CLUB VINS ET TERROIRS

L'évolution de la MDD, en nombre de références de vins proposées



2 millions

Le nombre de cols vendus en un an

7,8 €

Le prix moyen

15%

La part du CA lors des foires aux vins

Source : Système U