



Pernod Ricard France

**Pernod Ricard France révèle un
concept de merchandising expérientiel
inédit dans le rayon des spiritueux et
des champagnes en grande distribution
inspiré de l'univers des CHRD**
(Cafés, Hôtels, Restaurants et Discothèques)

Le projet inédit intitulé « **Le Club** » a pris ses
quartiers à l'Intermarché d'Issy-les-Moulineaux

Pernod Ricard France a été sollicité par l'Intermarché d'Issy-les-Moulineaux (92) en sa qualité de partenaire et de leader* sur le marché français des vins & spiritueux, pour la création d'un **concept innovant autour de l'offre de spiritueux et de champagnes effervescents**.

En collaboration avec l'agence Cross, une réflexion globale autour de la refonte du linéaire a été menée avec la volonté de **réinventer l'expérience d'achat en s'inspirant de l'univers des CHRD**. Les clients de l'Intermarché d'Issy-les-Moulineaux ont accès à ce nouveau rayon depuis fin août.

**25% PDM on-trade & off-trade sur la valeur 2021*

(Source IWSR)



Créer une expérience disruptive pour le consommateur

Le projet **Le Club** prend racine en janvier 2022 avec la volonté de Thierry Cotillard, Adhérent Intermarché Ile-de-France, de constituer un concept merchandising innovant et disruptif sur l'offre de spiritueux et de champagnes effervescents. Le projet vise à recruter et à fidéliser une clientèle urbaine de jeunes cadres en quête de solutions apéritives consommées principalement en afterwork. L'assortiment a été pensé et optimisé afin de correspondre pleinement aux attentes de cette cible de consommateurs. La sélection épurée privilégie la clarté de l'offre ainsi que la visibilité des marques et segments.

Inspiré par l'univers qualitatif, expérientiel et aspirationnel des Cafés, Hotels, Restaurants et Discothèques (CHRD), Intermarché a naturellement fait appel à Pernod Ricard France pour s'appuyer sur son expertise en grande distribution et hors-domicile.

***Le Club* : plus qu'un linéaire de magasin, une véritable référence à l'univers du CHRD**

Si le nom du concept fait d'emblée référence au monde de la nuit, la mise en scène et l'ambiance intégrale du linéaire ont été pensées dans un format expérientiel afin de casser les codes de la grande distribution. L'ambition affirmée de Pernod Ricard France et d'Intermarché Issy-les-Moulineaux vise à reproduire l'atmosphère d'un bar à cocktails au sein du magasin. Parmi les dispositifs mis en place pour stimuler l'expérientiel hors-domicile :

- Des ***Gloryfiers*** (présentoirs produits) sous la forme de niches rétroéclairées comprenant les segments porteurs tels que les rhums épicés ou les marques bastion de la catégorie.
- Des ***Back Bars*** (fond de bar de présentation) pour mettre en avant l'offre valorisée de manière plus qualitative et disruptive tout en rappelant l'univers de la nuit.
- Une ***tête de gondole*** animée vient ajouter une offre créative et inspirante au linéaire en partageant des propositions de cocktails renouvelées chaque mois selon la thématique et la période de l'année. Pendant que l'écran projette la recette, les consommateurs peuvent retrouver sur ce même espace l'ensemble des produits nécessaires à la composition du cocktail.

Du côté de l'ambiance visuelle, une enseigne « Le Club » en tête de rayon marque l'entrée dans le linéaire. Les consommateurs sont plongés dans une atmosphère rappelant l'univers du CHRD grâce à une association subtile de couleurs et de matériaux (chêne clair, noir, revêtements cuivre et sol Terrazzo). Un plafond sous forme d'arche est recouvert de néons et équipé d'un éclairage qui oscille selon les heures de la journée et l'ambiance sonore, déterminée par une playlist sur-mesure propre au rayon.

Un linéaire pensé pour le « prêt à consommer »

Le concept *Le Club* intègre une **cave à champagne réfrigérée** et innove de façon majeure par la mise en place d'un **frigo en froid négatif** pour stocker les références de **vodkas premiums** : un concept inédit offrant aux consommateurs des produits à température idéale prêts à être dégustés en Cocktail.



**Des résultats très positifs et
encourageants dès les premières
semaines de lancement**

+ 19,4%

*de chiffre d'affaires sur la
catégorie « Spiritueux » pour
l'Intermarché d'Issy-les-
Moulineaux et une
surperformance de 15 points par
rapport à la dynamique totale du
magasin**

**source interne ITM, période 18/08 au 30/09 versus N-1*



*« L'audace et l'innovation font partie de l'état d'esprit de Pernod Ricard France et nous sommes fiers d'avoir porté ce projet avec le magasin Intermarché d'Issy les Moulineaux que nous remercions pour leur confiance. L'ensemble des équipes qui ont œuvré à la réalisation de cette expérimentation ont été ravies de mobiliser leurs expertises transverses en hors-domicile, merchandising mais également marketing produit pour faire naître **Le Club**. »*

**Jean-Bernard Espérance, Directeur Commercial
Grands Comptes chez Pernod Ricard France**

« La grande consommation est un secteur qui évolue rapidement tant sur les modes de ventes que les expériences d'achat, ce qui nous pousse à être toujours plus innovant. Dans ce contexte économique difficile, aujourd'hui plus que jamais, il est nécessaire d'innover pour créer de la valeur, notamment à travers des partenariats distributeurs-fournisseurs forts auxquels j'ai toujours cru. Nous sommes ravis d'avoir mené cette réflexion à Issy Les Moulineaux aux côtés de Pernod Ricard France, que je remercie chaleureusement pour leur accompagnement tout au long de ce projet. Dès sa mise en place le mois dernier, Le Club a rencontré un franc succès auprès de nos consommateurs. Ce projet nous a permis de redynamiser la croissance de notre offre de spiritueux et de champagnes effervescents et de faire progresser significativement le chiffre d'affaires sur ce segment.. »

Thierry Cotillard, Adhérent Intermarché Ile-de-France

« Nous avons été ravis de pouvoir travailler avec les équipes Pernod Ricard France et Intermarché d'Issy-les-Moulineaux sur ce projet résolument rupturiste sur le marché de la Proxi. Nous évangélisons depuis de nombreuses années les distributeurs afin qu'ils comprennent et se rapprochent des attentes et des nouveaux comportements d'achats de leurs consommateurs et ce projet est un exemple parfait d'une vraie orientation clients. Notre expertise Retail concept a permis de concevoir cet espace comme un vrai univers dédié, un shop in shop avec une identité et des codes spécifiques en lien avec l'expérience souhaitée : il ne s'agit plus de gondoles au mètres mais d'un univers chaleureux, vivant et stimulant ! »

Sandra Bonis Charancle, Directrice Retail Agence Cross

Back Bar (fond de bar de présentation) Champagne



Gloryfiers rétroéclairés (présentoirs produits)



Tête de gondole animée



Rayon avec frigos à vodka



Rayon avec cave à champagne réfrigérée



Vue d'ensemble incluant plafond, enceintes, caisson de basse et sol Terrazzo



À propos de Pernod Ricard France

Pernod Ricard France est leader sur le marché français des vins & spiritueux et un acteur majeur du marché des champagnes, avec un chiffre d'affaires de 615 millions d'euros en 2020. La société est née le 1^{er} juillet 2020 de la fusion des sociétés Pernod et Ricard, filiales emblématiques et historiques du Groupe. Elle compte 1 100 collaborateurs répartis sur toute la France au travers de 5 sites de production, 6 directions régionales Hors-Domicile, 3 directions régionales Grande Distribution et de son siège social à Marseille. La société possède un prestigieux portefeuille de 70 marques Françaises et Internationales, Prestige, sans alcool et Craft.

