


Leader Price déploie un nouveau concept de magasins et élargit son offre

Leader Price, l'enseigne de discount alimentaire du groupe Casino, propose un nouveau concept de magasins destiné à mieux répondre aux attentes et aux besoins de ses clients. Leader Price modernise ainsi ses points de vente tout en développant des gammes spécifiques de produits et en intégrant, pour la première fois, des produits référents de marques nationales.

Depuis le début de l'année, 25 magasins de l'enseigne ont été passés au nouveau concept dans le cadre d'un ambitieux programme de déploiement qui s'étendra jusqu'en 2012.

Des magasins modernisés

L'enseigne, présente dans toute la France, propose une nouvelle configuration de magasins plus conviviale :

- un logo actualisé : 
- une ambiance moderne et chaleureuse
- de nouvelles couleurs (gris et motifs bayadère)
- une zone de produits frais, en entrée de magasin, valorisée avec des éclairages spécifiques
- du pain frais cuit sur place
- une mise en avant des écrans LCD en caisse pour présenter les offres, des idées de recettes

Les partis pris discount ont été renforcés :

- un affichage simple et puissant des prix, en grand format
- des palettes au sol, des produits en vrac, une allée transversale avec les bonnes affaires dans des bacs
- la simplicité de la construction, du mobilier et de la communication sur le lieu de vente

Une offre enrichie par des produits Leader Price innovants et une sélection de marques nationales plébiscitées par les clients

Grâce au travail effectué sur l'assortiment, avec en particulier le renforcement des produits premiers prix et le développement de gammes spécifiques de produits à marque propre, Leader Price couvre les besoins quotidiens de ses clients avec des produits de qualité à bas prix.

Le succès de la marque Leader Price repose sur une forte capacité à innover, anticiper de nouvelles tendances, créer de nouveaux goûts, du choix et de la diversité. Pour cela, la cellule R&D à laquelle participe Jean-Pierre Coffe, entièrement dédiée à la création de nouveaux produits a été dotée de moyens renforcés. Près de 90 nouveaux produits innovants et recherchés par les consommateurs compléteront à partir du second semestre la gamme Leader Price, tels que la confiture et le pain de mie sans conservateurs, le yaourt sans épaississant,...

Le packaging des produits Leader Price a aussi été retravaillé afin de donner une identité plus moderne et permettre une meilleure lisibilité de l'offre en linéaire.



Par ailleurs, afin de répondre à une demande croissante de ses clients, validée par différentes études Kantar World Panel auprès de 20 000 clients, Leader Price a décidé d'introduire dans ses rayons une sélection de produits de marques nationales.

A partir du 26 juillet, dans une première phase, une centaine de produits de marques nationales plébiscitées sera disponible dans près de 260 magasins intégrés, pour s'étendre à l'ensemble du réseau, soit 600 magasins, à la mi-octobre avec une offre qui sera alors de 250 références.

La présence des marques nationales référentes sera attractive pour l'enseigne et aura aussi pour effet, dans les catégories où la marque nationale est particulièrement forte, de renforcer la légitimité et la visibilité des produits Leader Price.

Une compétitivité renforcée par une baisse significative des prix permanents

Leader Price s'engage à proposer des produits au meilleur rapport qualité-prix du marché, quelle que soit la gamme ou la marque concernée. Ainsi, depuis le début de l'année, Leader Price a significativement baissé ses tarifs en marque propre et en premier prix afin de conforter son positionnement discount et l'a fait savoir par une campagne de publicité comparative remarquée.

Jean-Michel Duhamel, Président de Franprix-Leader Price, a déclaré : « *Le plan de relance de Leader Price mis en place début 2010 avec l'élaboration et le déploiement du nouveau concept ainsi que les vagues de baisse de prix significatives et permanentes ont d'ores et déjà produit des effets positifs. Le déploiement d'une offre particulièrement innovante à marque Leader Price et l'introduction d'une sélection de produits de marque nationale parmi les plus plébiscités par les consommateurs viennent compléter ce dispositif orienté sur les attentes des clients.* »

Saint-Etienne, le 20 juillet 2010

Contact presse :
Karine Allouis
Tel. 01 53 70 74 81
kallouis@image7.fr