



**Offre d'une famille
de produit**

Et plus précisément ...



LE MAQUILLAGE
ET LES
DEMAQUILLANTS



- Travail à présenter
le jeudi **19 décembre 2013.**

- Travail effectué sur une durée de
3 semaines.

**PS : TOUS LES PRIX AFFICHES SUR
CE DIAPORAMA ET SUR LES
ANNEXES SONT EN TTC**





○ Objectifs :

- **Observation sur le terrain**

(offre proposée pour une famille de produits et des prix)

- **Traiter et analyser** les informations
recueillis.

- **Restitution à l'oral**

- Méthodologie utilisées et moyens/ techniques mise en œuvre :

-Grille d'observation

(annexe 1)

- Logiciel de calcul et de présentation

(Libre office Calc – Libre office Impress)

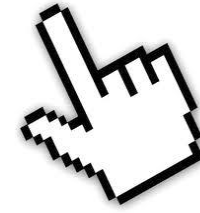
- Outils de statistiques, pour analyser les données

(Moyenne, maximum, minimum, mode, médiane, écart type, compter des données, etc...)

> AVEC LES FORMULES ADEQUATES



Annonce du plan



- I) Présentation des assortiments
- II) Présentation des informations collectées
 - *Leclerc*
 - *Carrefour*
 - *Institut de beauté Océane*
 - *Carrefour contact*
 - *Aldi*
- III) Analyse des résultats



PRESENTATION DES ASSORTIMENTS



Assortiment des différentes enseignes

Carrefour : 300 références

- ▶ Assortiment large et profond

Leclerc : 118 références

- ▶ Assortiment large et profond

Institut Océane : 56 références

- ▶ Assortiment large et peu profond

Carrefour Contact : 21 références

- ▶ Assortiment étroit et peu profond

Aldi : 10 références

- ▶ Assortiment étroit et restreint



INFORMATIONS RECOLTEES



LECLERC :



- Nombre de référence : **118 références**, dans le maquillage et les démaquillants.
- Pour se maquiller ou se démaquiller avec des produits Leclerc il faut compter en moyenne : **8,83€**
- Leclerc commercialise différentes marques tel que **L'OREAL, BOURJOIS, GEMEY MAYBELINE** ou encore **INELL (MDD)**

Encore chez E.Leclerc...

*Recueil d'information : **annexe 2***

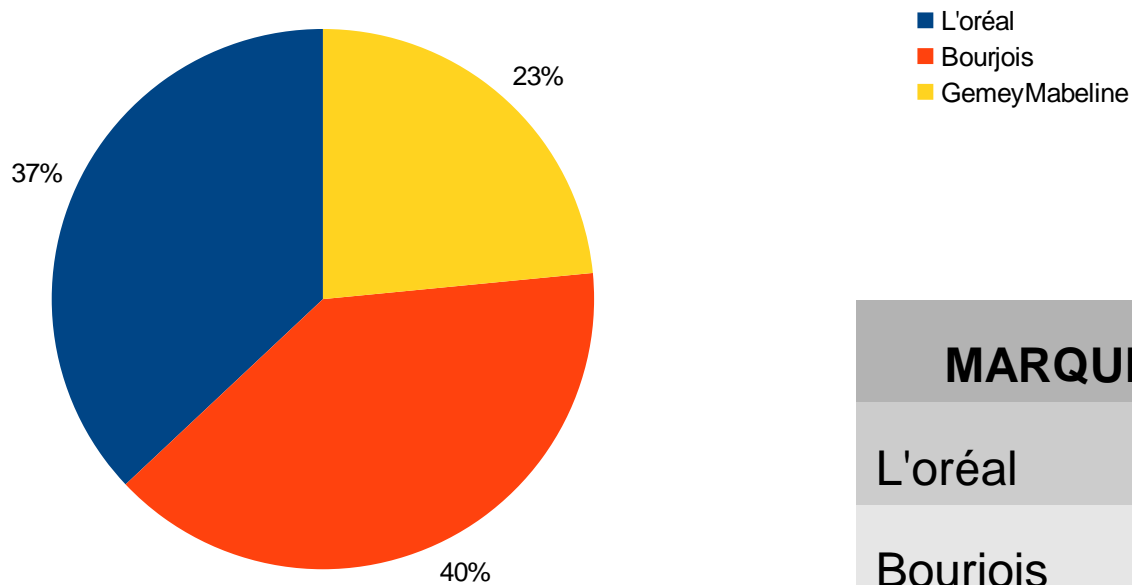
*Mise en forme du recueil : **annexe 3***

*Analyse des informations : **annexe 4***

CATEGORIE	<u>TEINT</u>	<u>YEUX</u>	<u>LEVRES</u>	<u>DEMAQUILLANT</u>
<i>RIX MOYEN</i>	9,58 €	8,55 €	6,74€	3,54€
<i>ECART TYPE</i>	1,1€	0,79€	1,58€	2,15€
<i>MODE</i>	10,37€	/	4,95€	2,8€
<i>NOMBRE DE PRODUITS</i>	22	45	22	29
<i>MAXIMUM</i>	13,17€	12,99 €	8,99€	11,95€
<i>MINIMUM</i>	8,14€	4,99 €	4,95€	0,79€
<i>MEDIANE</i>	9,72€	8,12€	8,38€	3,3€

E.Leclerc...

Pourcentage marques maquillage



MARQUE	NB	%
L'oréal	30	37%
Bourjois	32	39,51%
GemeyMabeline	19	23,46%
TOTAL	81	



CARREFOUR MONDEVILLE



- Carrefour dispose de **300 références** uniquement dans le maquillage et les démaquillants.
- Pour acheter unes de ses références il faut en moyenne payer **7,95€**
- Carrefour commercialise des beaucoup de marques, telles que **Gemey maybelline, L'OREAL, Bourjois Paris, So Bio, MELYSSA, Rimmel London**, et la Marque du distributeur **Pro's**.



Carrefour

Recueil d'information : annexe 5

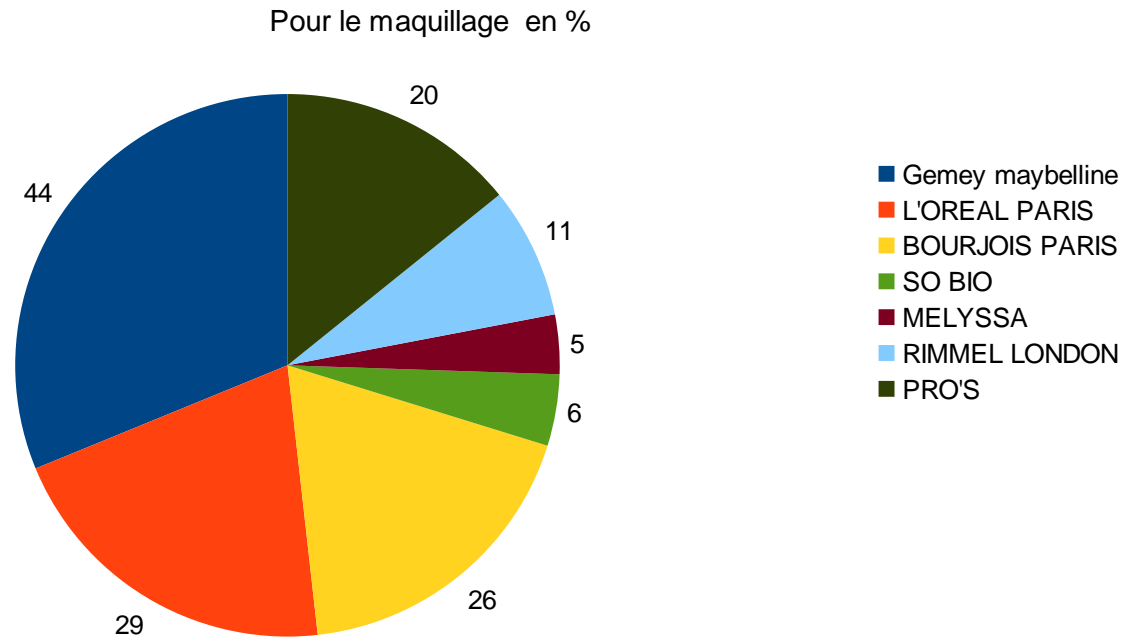
Mise en forme du recueil : annexe 6

Analyse des informations : annexe 7-8-9-10

CATEGORIE	<u>TEINT</u>	<u>YEUX</u>	<u>LEVRES</u>	<u>DEMAQUILLANT</u>
<i>PRIX MOYEN</i>	10,14	9,06	9,3	3,31€
<i>ECART TYPE</i>	2,78	2,59	2,83	1,04€
<i>MODE</i>	7,4	6,5	10,25	3,4€
<i>NOMBRE DE PRODUITS</i>	113	126	51	10
<i>MAXIMUM</i>	17,26	16,18	13,88	4,81€
<i>MINIMUM</i>	5,43	4,34	4	0,95€
<i>MEDIANE</i>	9,98	9,84	10,13	3,4€

MARQUE MAQUILLAGE	NB
Gemey maybelline	44
L'OREAL PARIS	29
BOURJOIS PARIS	26
SO BIO	6
MELYSSA	5
RIMMEL LONDON	11
PRO'S	20
TOTAL	141

Présence des marques dans l'enseigne





INSTITUT OCEANE

- L'institut Océane propose **56 références.**
- Et pour s'acheter uns de ses produits il faut compter **20,46 € en moyenne.**
- Cependant l'institut ne propose que 2 marques :
Maria Galland et Couleur Caramel.

MARIA GALLAND
PARIS



couleur caramel



Institut Océane

*Mise en forme du recueil : **annexe 11-13***

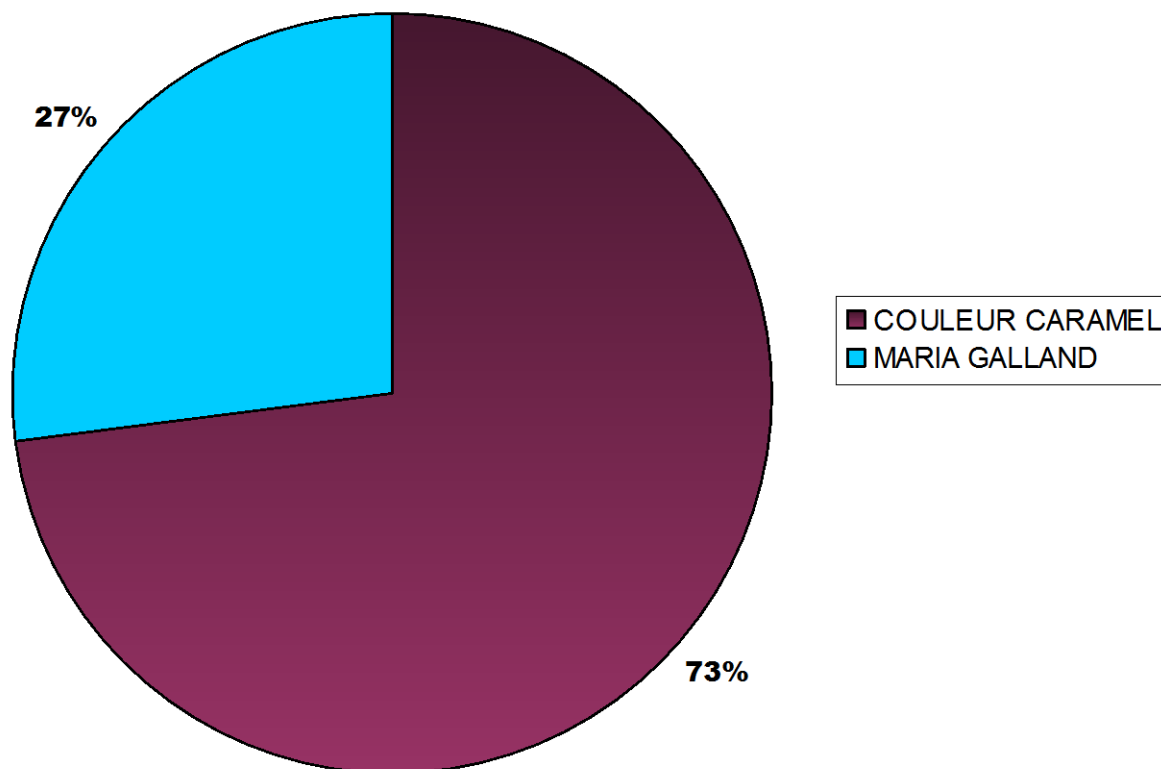
*Analyse des informations : **annexe 12-14***

	Prix moyen	Prix maximum	Prix minimum	Mode	Écart type
MARIE GALLAND	20,3	43	14,5	/	/
COULEUR CAMEL	17,25	28	11,5	19	4,99

Institut Océane

Pourcentages des marques dans l'institut.

Pourcentage des marques dans l'enseigne



Carrefour Contact



- Carrefour contact propose **21 références** de produit en maquillage et démaquillant.
- Il faut compter en moyenne **4,74€** pour un produit d'une de ses 2 familles de produits.
- Carrefour Contact propose simplement 2 marques : **Pro's** (MDD) et **Gemey Maybelline** (marque internationale)

Carrefour Contact



*Recueil d'information : **annexe 15***

*Mise en forme du recueil : **annexe 16***

*Analyse des informations : **annexe 17***

CATEGORIE	<u>YEUX</u>	<u>LEVRES</u>	<u>DEMAQUILLANT</u>
<i>RIX MOYEN</i>	6,76 €	4,16€	3,31€
<i>ECART TYPE</i>	2,71€	0€	0,88€
<i>MODE</i>	3,02€	4,16€	/
<i>NOMBRE DE PRODUITS</i>	15	2	4
<i>MAXIMUM</i>	11,06 €	4,16€	4,04€
<i>MINIMUM</i>	3,02 €	4,16€	2,18€
<i>MEDIANE</i>	8,94€	4,16€	3,5€

Carrefour contact

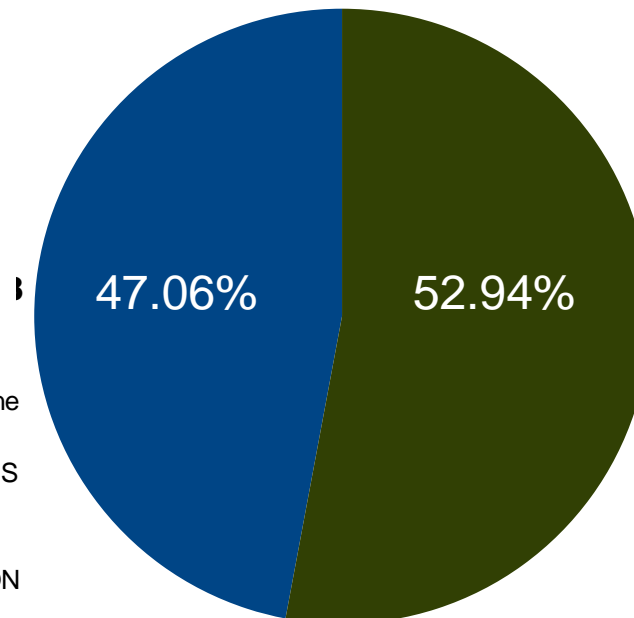


Pourcentage des marques dans la supérette

MARQUE MAQUILLAGE	NB
Gemey maybelline	8
L'OREAL PARIS	0
BOURJOIS PARIS	0
SO BIO	0
MELYSSA	0
RIMMEL LONDON	0
PRO'S	9
TOTAL	17

Présence des marques dans l'enseigne

Pour le maquillage EN %



- Gemey maybelline
- L'OREAL PARIS
- BOURJOIS PARIS
- SO BIO
- MELYSSA
- RIMMEL LONDON
- PRO'S

● ● ● | **ALDI**



- Aldi propose **10 références** de produits, en maquillage et démaquillant
- Pour se procurer un de ses produits il faut payer en moyenne **1,69 €**
- Aldi ne propose qu'une marque (**BIOCURA**)



ALDI

*Recueil d'information : **annexe 18***

*Mise en forme du recueil : **annexe 19***

Il y a tellement peu de produits que j'ai rassemblé les colonnes..

CATEGORIE	<u>TEINT</u>	<u>YEUX</u>	<u>LEVRES</u>	<u>DEMAQUILLANT</u>
<i>RIX MOYEN</i>		2,42€		0,96€
<i>ECART TYPE</i>		1,18€		0,38€
<i>MODE</i>		/		/
<i>NOMBRE DE PRODUITS</i>		7		3
<i>MAXIMUM</i>		3,29€		1,39€
<i>MINIMUM</i>		0,69€		0,65€
<i>MEDIANE</i>		2,84€		0,85€



ALDI

Pourcentage des marques



ALDI NE COMMERCIALISE QUE
1 MARQUE, **BIOCURA**

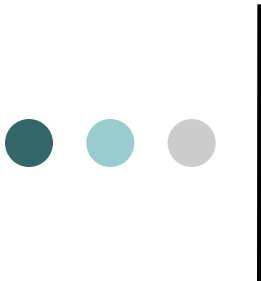


Elle représente donc 100 %



ANALYSE DES RESULTATS



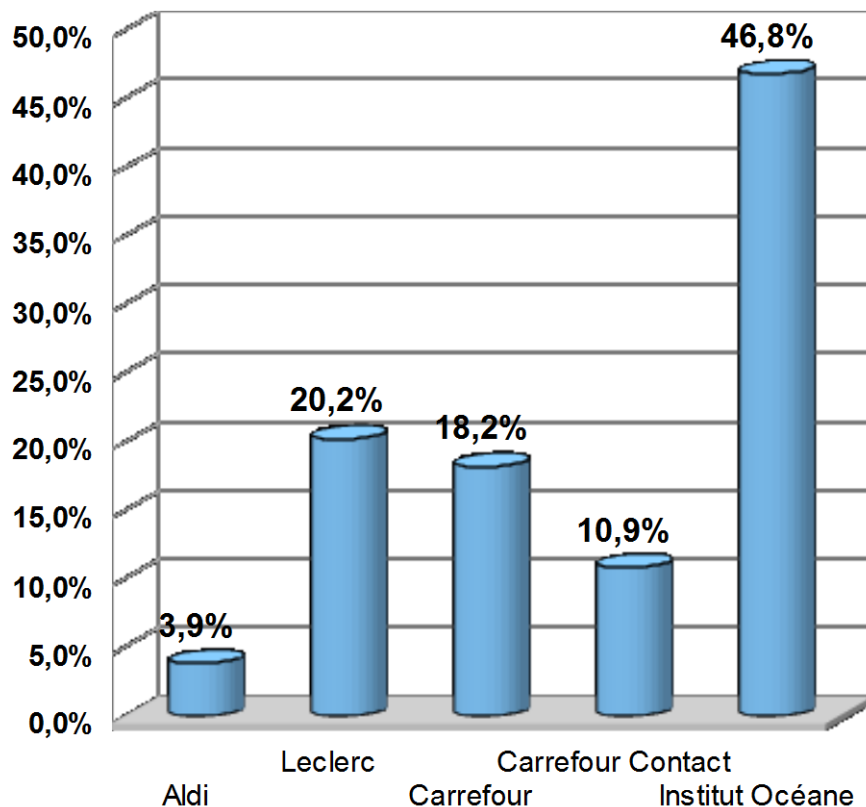


Regrouper des segments d'une famille de produits en moyenne par UC **pour donner du sens!**

	<u>Aldi</u>	<u>Leclerc</u>	<u>Carrefour</u>	<u>Carrefour Contact</u>	<u>Institut Océane</u>
Prix moyen	1,69	8,83	7,95	4,74	20,46
NB de référence	10	83	300	21	56
Prix maximum	3,29	12,12	12,69	7,55	28
Prix minimum	0,65	6,15	4,81	2,6	11,5
Écart type	0,78	2	9,24	1,2	4,99
Mode	0	6,96	6,89	1,39	19
Médiane	1,85	7,97	8,34	5,53	0

Analyse des prix moyens :

Des prix moyens bien différents !



On remarque des différences de prix dans chaque enseigne.

- Aldi, le hard-discounter est le **moins cher** (3,9%)
- Le **plus cher** étant l'institut. (46,8%)
- Les prix sont **similaires** entre les hypermarchés. (20.2 % et 18.2%)

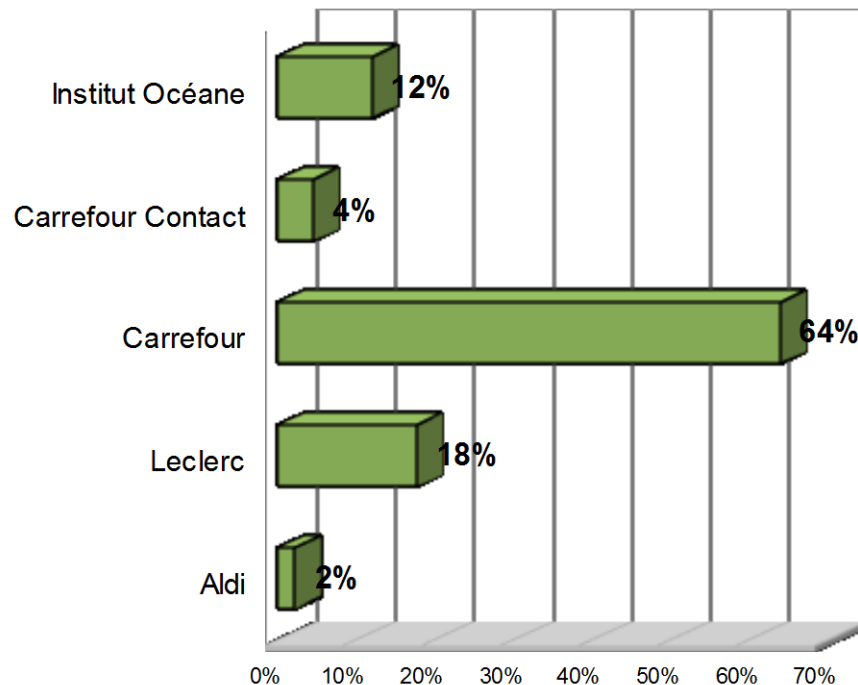
Analyse du nombre de références :

Aldi, le hard discounter, peut avoir le mérite d'être le moins cher, en revanche **il propose un nombre de références très limité !**

Carrefour quant à lui propose **300 références** Soit **64% sur toutes les références récoltés !**

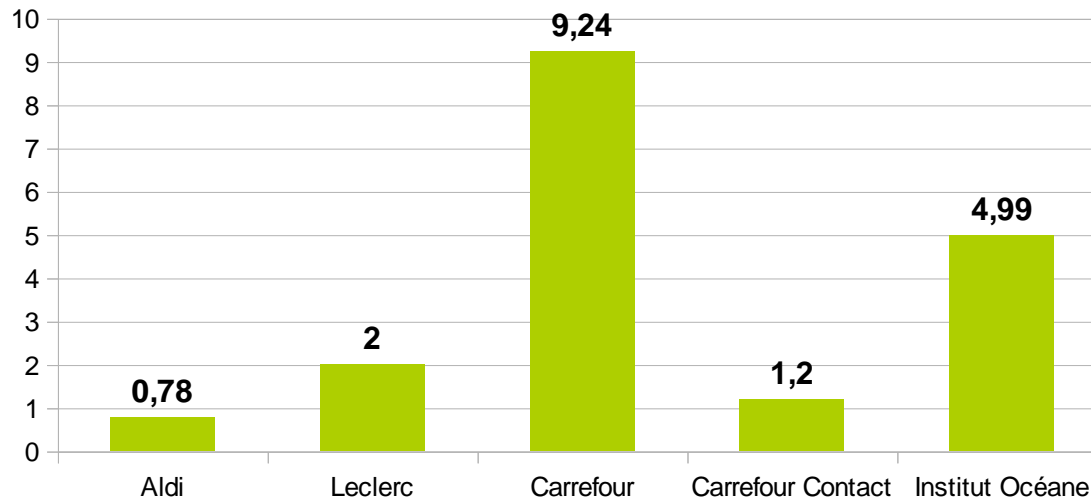
Cela laisse donc un **large choix pour le consommateur** de produits maquillant et démaquillant.

Carrefour propose nettement plus de références que les autres formats !



Écart type : qu'en dire ?

Ecart type: qui propose des prix adapté à tous ?



Carrefour propose des écarts de prix d'en moyenne 9,24 €, chaque consommateur à donc un

large choix de produit tout en ayant un large choix de prix !

Cela ne veut pas dire que les prix sont bas.



Pour aller encore plus loin avec le prix moyen:

1) Conception du tableau

Annexe 20

	LECLERC	ALDI	INSTITUT	CARREFOUR	CARREFOUR contact	PVTTC MOYEN
YEUX	8,55	2,99	18,25	9,06	6,76	9,12
TEINT	9,58	2,99	33,92	10,14		14,16
LEVRES	6,74	0,69	13,63	9,3	4,16	6,9
DEMAQUILLANT	3,54	0,96	15	3,31	3,31	5,22
	INDICE LECLERC	INDICE ALDI	INDICE INSTITUT	INDICE CARREFOUR	INDICE CARREFOUR contact	
	93,73	32,78	200,07	99,32	74,11	
	67,67	21,12	239,59	71,62	0	
	97,62	9,99	197,42	134,7	60,25	
	67,76	18,38	287,14	63,36	63,36	

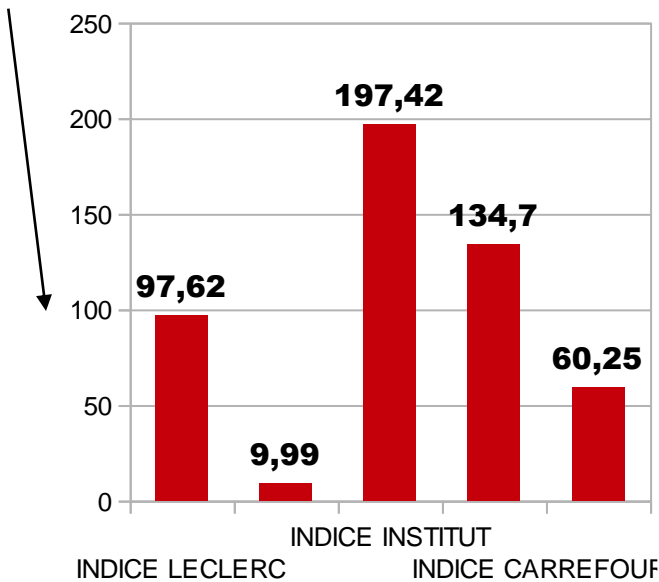
Interprétation des résultats

2) Analyse des graphiques

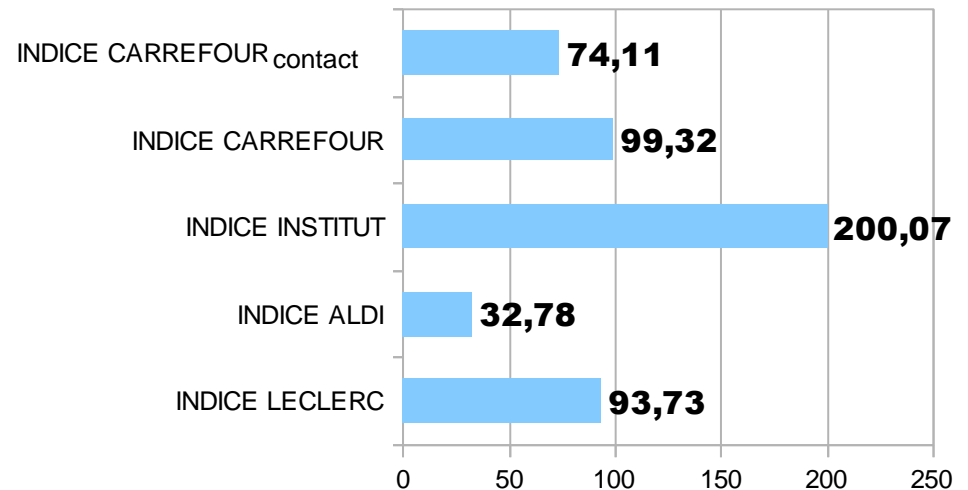
Base de 100 pour un
Prix moyen pour un
produit de cette catégorie



INDICE DES PRIX POUR LES LEVRES



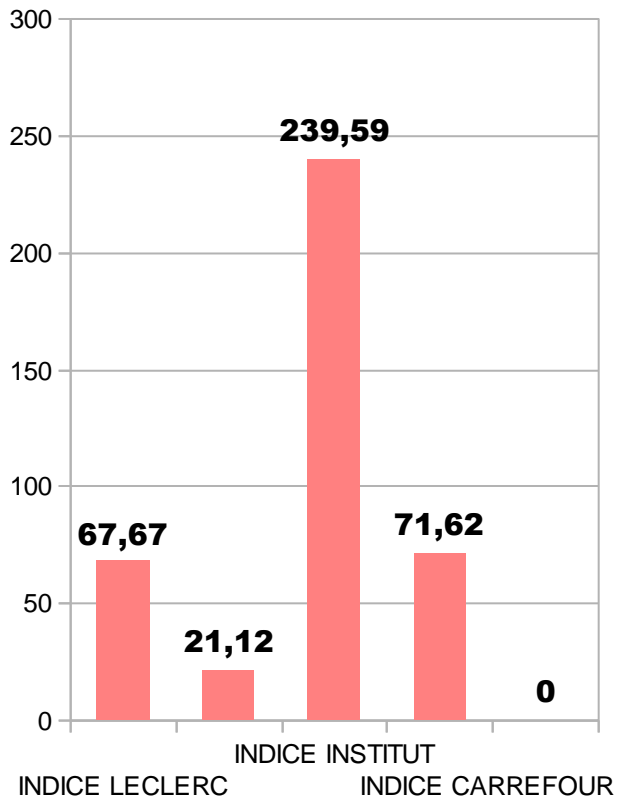
INDICE DES PRIX POUR LES YEUX



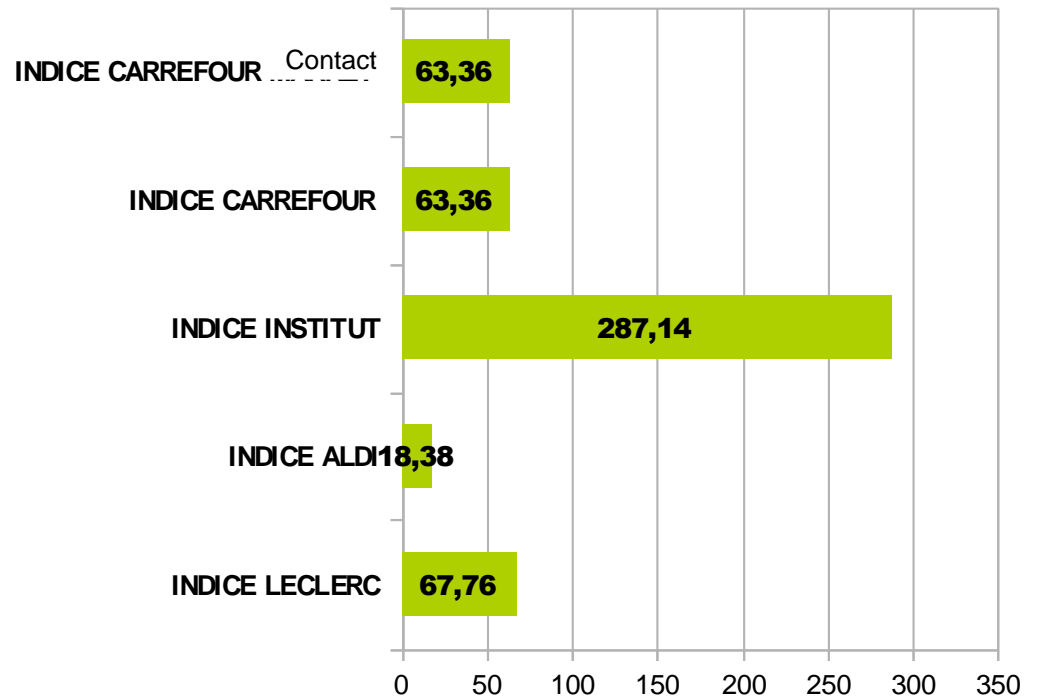
Interprétation des résultats

2) Analyse des graphique

INDICE DES PRIX POUR LE TEINT



INDICE DES PRIX POUR LE DEMAQUILLANT





Pour résumer : Qui est le plus cher ?

- 1 - L'institut Océane** propose des prix élevés
- 2 - Carrefour et Leclerc** propose des prix similaires.
- 3 - Carrefour Contact** est donc en 3ème position, avec des prix en moyenne plus faibles.
- 4 - Aldi**, le hard discounter est le moins cher.

CONCLUSION



A partir de ces différentes analyses nous constatons que **l'offre de prix varie selon le type de format de l'enseigne.**

Ainsi nous observons que le maquillage et les démaquillants sont **moins chers chez Aldi** (hard discount), et **les prix les plus élevés se trouvent chez l'Institut Océane** (enseigne spécialisée).

Toute fois si un consommateur souhaite avoir **plus de choix** au niveau des références il peut se tourner vers **Leclerc ou Carrefour**, car ce sont les deux enseignes qui proposent le plus de références, et notamment Carrefour qui propose **300 références et des prix ayant des écarts en moyenne importants.**

Ce qui laisse le choix au consommateur en terme de prix!



Document complémentaire

<http://www.e-marketing.fr/Thematique/Strategies-1001/Breves/Maquillage-l-innovation-vue-par-Dior-et-InProcess-41774.htm>

<http://www.e-marketing.fr/Thematique/Strategies-1001/Breves/Maquillage-l-innovation-vue-par-Dior-et-InProcess-41774.htm>

L'article porte sur le projet de Dior et d'InProcess de créer le « maquillage du futur » en alliant les informations récoltées grâce à leur **SIM** et en étudiant le **macro** et le **micro environnement**.