



Beauty Unlimited



FORMULES COMMERCIALES ET CANAUX TECHNOLOGIQUES ET QUALITATIFS LES MIEUX ADAPTES AUX GARES MODERNES

Louis de ROSTOLAN
Directeur Général Délégué
Hachette Distribution Services



Beauty Unlimited



HACHETTE DISTRIBUTION SERVICES (HDS)

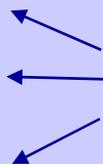
HDS, une branche du Groupe LAGARDERE

N° 1 mondial du Travel Retail

Chiffre d'affaires en Travel



29 % Duty Free, specialty
61 % Presse, Livre, Tabac
10 % Food and beverage



1,6 milliards d'€uros



57 % Rail
43 % Aéroports

1 350 magasins

14 pays

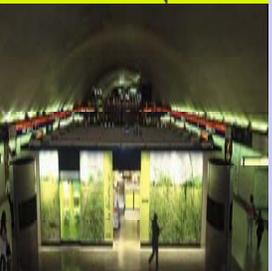


LES TERMINAUX VOYAGEURS (Rail)



- ✚ Une gare de centre ville (accès à pied possible)
- ✚ Une gare isolée
- ✚ Un complexe commercial et de bureaux d'où partent et arrivent les trains





LES VOYAGEURS

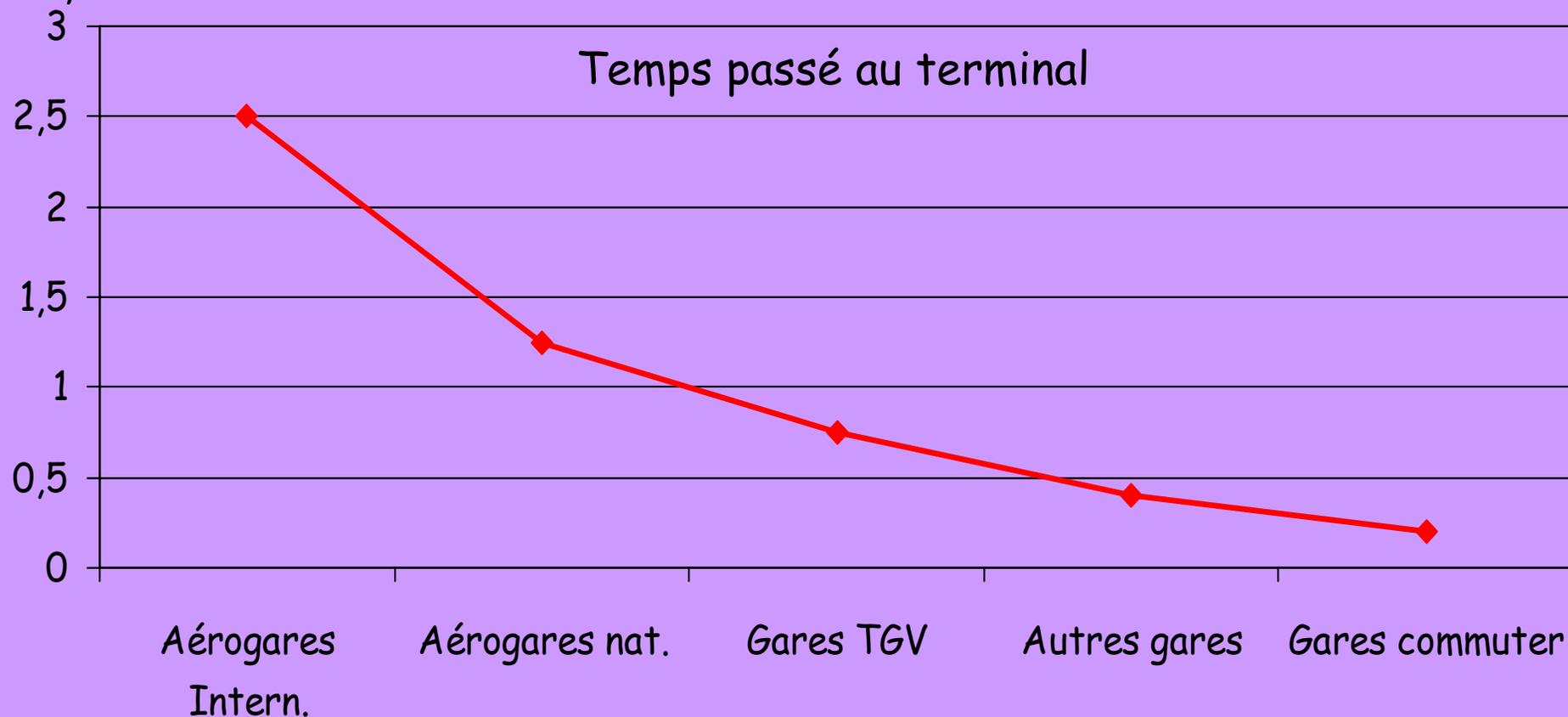
LONGUE DISTANCE (> 1 h 30)

- Loisirs LL

- Business LB

COMMUTERS C

Temps libre





Beauty Unlimited



ATTENTES DES VOYAGEURS

- # Acheter pour consommer pendant le temps de voyage (LL, LB, C)
- # Occuper le temps d'attente en gare (LL, LB)
- # Rester connectés, travailler (LB)
- # Se dépanner, faire des achats qu'on n'a pas le temps de faire en ville (LB, C)
- # Faire plaisir ou se faire plaisir (LL, LB)

Une seule question :

QU'EST-CE QUE LES VOYAGEURS ATTENDENT ?

Et non pas

~~QU'EST-CE QUE NOUS POUVONS LEUR VENDRE~~



CONTEXTE

1/ LE TEMPS DE PASSAGE EN GARE EST LIMITE

- ▶ Des offres de produits et de services simples (produits identifiables, libre-service)

2/ LE VOYAGEUR EST STRESSE

- ▶ Il est aveugle, il a besoin d'être rassuré (enseignes connues)

3/ IL VA PRENDRE LE TRAIN

- ▶ Articles encombrants à proscrire



Beauty Unlimited



CRITERES DE SUCCES D'UNE IMPLANTATION DE COMMERCES EN GARES

- # La localisation,
- # L'organisation,
- # Le bon équilibre des activités,
- # La notoriété des enseignes,
- # Le savoir-faire et l'expérience des concessionnaires dans le travel retail,
- # Un nombre limité d'opérateurs,
- # Des garanties financières, la fiabilité.



Beauty Unlimited



LA LOCALISATION

Zone primaire

- *Commerces et services de nécessité pour le voyage*

Pour les voyageurs dans les 20 minutes qui précèdent leur voyage

→ Proche des flux

Zone complémentaire

- *Autres commerces et services*

Pour les voyageurs qui ont entre 20' et 1 h 00

→ Déportée des flux (en étage)

Zone périphérique

- *Commerces non liés au transport*

Pour les voyageurs qui ont plus d'une heure

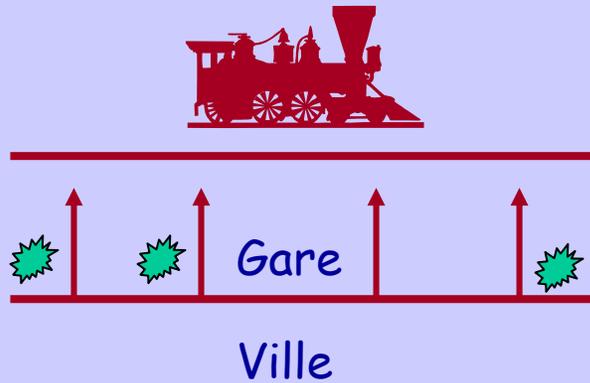
Pour les non voyageurs

→ Excentrée



L'ORGANISATION

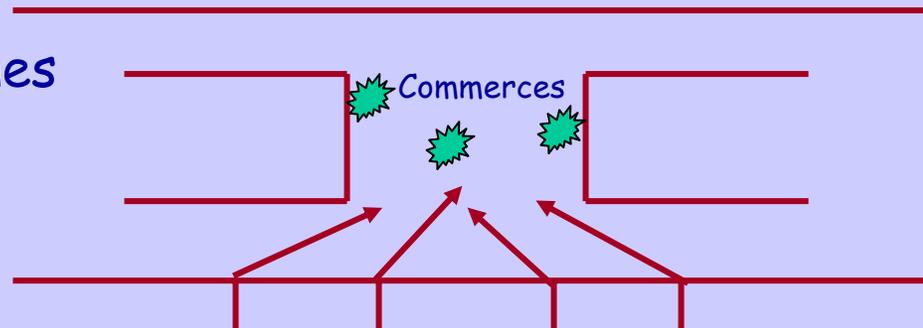
Gare commuter



Passage rapide



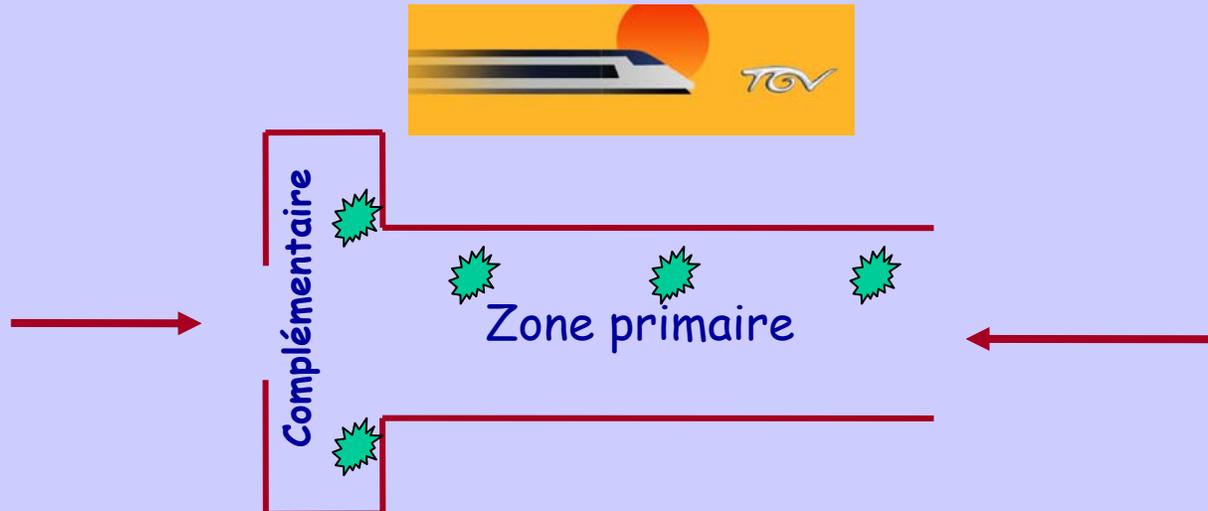
Grandes lignes





L'ORGANISATION

Beauty Unlimited





Beauty Unlimited



LE BON EQUILIBRE DES ACTIVITES

Les commerces les plus productifs doivent disposer de surfaces plus importantes.

Les commerces les moins productifs ne payent pas leur place.

Rentabilité (redevance au m²)

- 1/ Bar, fast-food, pizza (debout)
- 2/ Boutique de presse / tabac L, C
- 3/ Alimentation à emporter, snacking L
- 4/ Librairie, musique-vidéo L
- 5/ Souvenirs, gastronomie, produits régionaux
(lieux touristiques) L
- 6/ Convenience, pharmacie, labo d'analyses médicales C
- 7/ Jeux, jouets enfants
- 8/ Restauration traditionnelle



LA NOTORIETE DES ENSEIGNES

Mettre sur le trajet des voyageurs des enseignes qu'ils connaissent.

Ceci les rassure
et accélère la décision d'achat.



Beauty Unlimited



LE SAVOIR-FAIRE ET L'EXPERIENCE

- ✚ Un voyageur n'est pas un consommateur comme les autres
- ✚ Un environnement spécifique
- ✚ Des points de vente ouverts tôt le matin, tard le soir
- ✚ Une main-d'œuvre instable

UN NOMBRE LIMITE D'OPERATEURS

+ Limiter les risques

- Les petits opérateurs ont toujours des problèmes
- N'ont souvent pas les moyens
- Un opérateur multiple peut compenser ses pertes par des profits
- Un opérateur qui s'engage sur le long terme



MASTER CONCESSIONNAIRE ?





GARE DU NORD Salle Eurostar





Beauty Unlimited



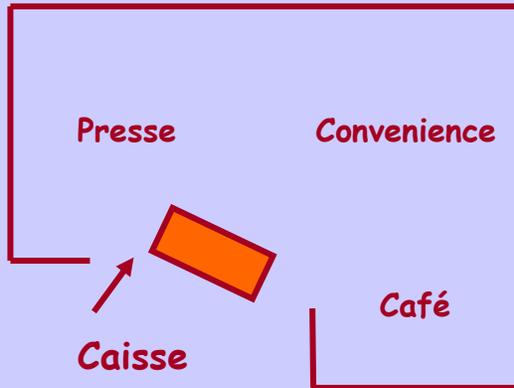
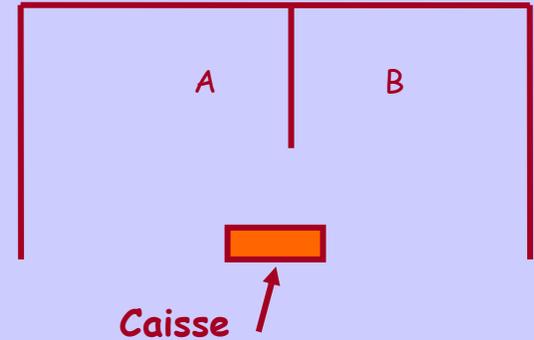
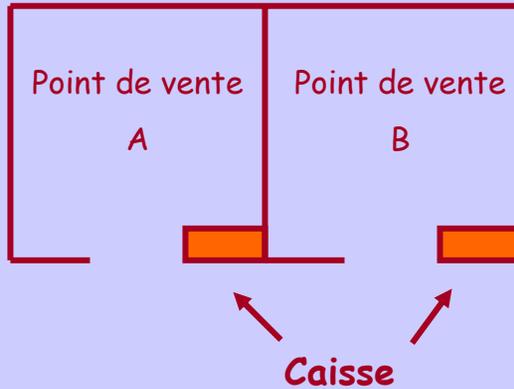
GARANTIE FINANCIERE ET FIABILITE

Of course...

UNE SOLUTION PROMETTEUSE : LE COMBISTORE (one stop shopping)



Beauty Unlimited



- Moins de personnel
- Meilleure rentabilité
- Redevance plus élevée
- Maintien d'une activité dans une petite gare
- Economie de temps pour le voyageur



Beauty Unlimited



AUTRES SERVICES POUR VOYAGEURS GRANDES LIGNES

1. Besoin de connexion : voyageurs s'équipant de technologies nouvelles

+ Borne électronique : quels types de service ? (Japon)

- Réserver un voyage, une voiture de location,
- Places de spectacle,
- Envoyer des fleurs,
- Recharger une batterie de portable
- Charger des jeux
- Vente par correspondance (livraison à domicile)

Problème :

- Une seule personne à la fois,
- Concurrence du WIFI



Beauty Unlimited



AUTRES SERVICES POUR VOYAGEURS GRANDES LIGNES

2. Besoin de gagner du temps, travailler

- Agence de voyages (préparer des vacances),
- Coiffeur,
- Bureaux,
- ...



CONCLUSION

SI LA FONCTION PRINCIPALE DE LA GARE
EST D'ASSURER LE TRANSIT D'UN VOYAGEUR
ENTRE LA VILLE ET LE TRAIN
ALORS, ELLE RESTE UNE GARE ET SON
OFFRE COMMERCIALE DOIT TENIR COMPTE
DE CET ETAT DE FAIT





Beauty Unlimited



CONCLUSION (2)

SI LA FONCTION COMMERCIALE PREND LE PAS
SUR LA FONCTION DE TRANSIT
ALORS ELLE PEUT DEVENIR UN CENTRE
COMMERCIAL (D'OU PARTENT DES TRAINS) ET
PROPOSER UNE OFFRE DESTINEE A UN PUBLIC
DE NON VOYAGEURS

CONDITIONS :

1. Les accès aux non voyageurs doivent être aisés
2. Les offres destinées aux voyageurs doivent être proches des flux (zone primaire)
3. Les offres destinées aux non voyageurs doivent être excentrées (zone périphérique)