



✓ AGROALIMENTAIRE

✓ DISTRIBUTION

Depuis plus de 15 ans, nous suivons les évolutions des secteurs agroalimentaire et distribution, à travers la réalisation de nombreuses publications multiclients et d'études ad'hoc, menées pour le compte des industriels de l'agroalimentaire, des enseignes de la distribution et des investisseurs institutionnels. L'environnement réglementaire des secteurs agroalimentaire et distribution, les tendances de consommation, les nouveaux concepts de distribution, la dynamique et la valorisation des marchés, les performances économiques et financières des acteurs font partie des problématiques sur lesquelles nous travaillons plus particulièrement.

**Cécile DESCLOS**

01 49 53 63 00

cdesclos@lesechos.fr

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LE SECTEUR AGRICOLE : DÉFIS, OPPORTUNITÉS ET PERSPECTIVES

Comment l'intelligence artificielle
va transformer l'agriculture

Juillet 2019

Une étude pour :

- Décrypter les opportunités offertes par l'IA face aux grands enjeux agricoles
- Comprendre les évolutions du métier d'agriculteur : quelles seront les compétences des agriculteurs dans un monde agricole imprégné d'IA
- Dresser un panorama du vivier des jeunes pousses de l'IA agricole au travers de business cases
- Identifier les freins au développement de l'IA dans le monde agricole
- Connaître le point de vue des différents types d'acteurs impliqués dans l'IA agricole : coopératives agricoles, startups, fournisseurs de solutions, experts IA

LES DÉFIS DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE

Quelles perspectives pour les marchés
des produits « sans », quelles réponses
et stratégies des IAA et distributeurs
face aux nouvelles exigences des
consommateurs

Juin 2019

Une étude pour :

- Décrypter les nouveaux comportements alimentaires et les nouvelles exigences des consommateurs pour une alimentation saine et durable
- Comprendre les défis de la transition alimentaire
- Disposer des chiffres des marchés des produits « sans » (produits bio, produits végétaux, sans gluten, sans lactose,...)
- Analyser les réponses et stratégies des IAA conventionnels face au défi de la transition alimentaire
- Analyser les réponses et stratégies des distributeurs conventionnels face au défi de la transition alimentaire
- Connaître le point de vue des acteurs au travers d'entretiens qualitatifs

LE MARCHÉ ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ FRANÇAIS DE LA BOULANGERIE-VIENNOISERIE- PÂTISSERIE INDUSTRIELLE

Miser sur l'innovation et l'international

Février 2019

Une étude pour :

- Disposer des chiffres clés de la filière, des marchés de la boulangerie, viennoiserie, pâtisserie et des réseaux de distribution (chaînes de boulangerie, terminaux de cuisson, GMS)
- Décrypter les stratégies des industriels et benchmarker leurs performances à partir d'un panel de 28 industriels clés de la filière BVP
- Saisir les opportunités de croissance liées aux tendances de consommation qui guident l'innovation, au développement à l'international

LE MARCHÉ FRANÇAIS DU SNACKING ET SES PERSPECTIVES

Quels gisements de croissance en 2018-2022 ?

Octobre 2018

Une valorisation exclusive du marché : par mode de conservation, par segment, par produit, par saveur, par moment de consommation...

Une étude pour :

- Tirer parti des gisements de croissance du marché (produits, emballages, tendances, circuits)
- Disposer des chiffres clés du snacking en GMS
- Connaître le poids des canaux de distribution sur le marché du snacking
- Identifier les nouvelles tendances porteuses pour le marché
- Evaluer les perspectives de développement à l'horizon 2022

LA DISTRIBUTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES EN FRANCE

Quelles perspectives et quelle redistribution des cartes pour les différents circuits et enseignes dans un contexte de forte croissance du marché ?

Juin 2018

Une étude pour :

- Evaluer le potentiel de développement du marché des produits biologiques alimentaires au global et par circuit (GMS, GSS, vente directe...) à l'horizon 2020 / 2025
- Analyser les différents acteurs présents sur le marché : leur positionnement sur le marché, leurs forces et leurs faiblesses, leurs ambitions stratégiques
- Anticiper la transformation du paysage de la distribution des produits bio et ses enjeux pour les différents acteurs

LE MARCHÉ FRANÇAIS DU E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Quelles perspectives pour les différents business models présents sur le marché ?

Avril 2018

Une étude pour :

- Evaluer le potentiel de développement de l'e-commerce alimentaire au global, par catégorie de produits et par type (drive, cybermarché, marketplace généraliste, purplayer spécialiste, vente privée, box et abonnement...)
- Analyser les différents acteurs présents sur le e-commerce alimentaire : leur business model, leurs forces et leurs faiblesses, les services en ligne proposés, leurs ambitions stratégiques
- Connaître le point de vue des différents types d'acteurs impliqués au travers d'entretiens qualitatifs

COOPÉRATIVES AGRICOLES FRANÇAISES

Relever le défi de l'innovation

Novembre 2017

Une étude pour :

- Connaître les performances financières du top 200 des coopératives agricoles françaises en 2016
- Analyser les modèles de développement du secteur agro-coopératif français
- Décrypter les stratégies des coopératives face à l'innovation
- Connaître le point de vue des coopératives agricoles sur l'innovation

**LE MARCHÉ FRANÇAIS
DE LA SANTÉ AU NATUREL**
Phytothérapie, aromathérapie,
probiotiques, micronutrition...

**Dynamique et perspectives du marché
du "selfcare au naturel"**

Juin 2019

En partenariat



Open Health
SOLUTIONS

Une étude pour :

- Disposer de tous les chiffres du marché officiel du *selfcare* au positionnement naturel
- Repérer les segments de produits les plus porteurs en pharmacie et parapharmacie (huiles essentielles, phytothérapie, micronutrition, probiotiques...)
- Décrypter les tendances structurantes de consommation et anticiper les mutations du marché
- Cartographier les forces en présence, les modèles de développement et les stratégies mises en œuvre par les fabricants et les distributeurs

**OBSERVATOIRE DU
WEB-TO-STORE**

**Benchmark des pratiques
de 10 secteurs clés du retail
et de 150 enseignes leaders en France**

Octobre 2018

Une étude pour :

- Dresser un panorama des stratégies et pratiques web-to-store de 150 enseignes leaders de la distribution en France
- Disposer d'une analyse comparée de 10 secteurs clés du retail : Grande distribution, Beauté, Bricolage & Jardinage, Décoration & Ameublement, Grands Magasins, Jouets-Puériculture, Optique, Produits techniques, Sport, Mode

Panel distributeurs

**LE MARCHÉ DU JARDIN :
BASE DE DONNÉES
STATISTIQUES ET TENDANCES
DE CONSOMMATION**
Les ventes de près de 100 catégories
de produits dans les 8 univers
qui composent le marché du jardin

Septembre 2018

Les "+" de l'étude :

- Un outil de travail indispensable pour tous les professionnels du jardin
- Une analyse exhaustive et détaillée des différents segments
- Une valorisation exclusive des ventes des distributeurs par circuits et par catégories de produits

Panel distributeurs

LE MARCHÉ DE L'ANIMAL DE COMPAGNIE : BASE DE DONNÉES STATISTIQUES ET TENDANCES DE CONSOMMATION

Les ventes de près de 100 catégories
de produits dans les 9 univers
qui composent le marché de l'animal
de compagnie

Septembre 2018

Les "+" de l'étude :

- Un outil de travail indispensable pour tous les professionnels de l'animal de compagnie
- Une analyse exhaustive et détaillée des différents segments
- Une valorisation exclusive des ventes des distributeurs par circuits et par catégories de produits

PARAPHARMACIE ET DIGITAL : LA NOUVELLE DONNE

Les stratégies off et online des circuits
et enseignes de parapharmacie
redessinent le paysage concurrentiel

Mai 2018

Une étude pour :

- Evaluer la taille et la dynamique du marché de la parapharmacie off et online
- Analyser les tendances clés de la e-parapharmacie : digital commerce, stratégies web-to-store et services en ligne, magasin phygital...
- Appréhender l'impact de la révolution numérique sur le jeu concurrentiel entre officines, acteurs de la grande distribution, pure-players web, marketplaces, enseignes historiques...

En partenariat avec



Open Health
COMPTON

LE RENOUVEAU DU MARCHÉ DE LA DÉCORATION INTÉRIEURE

Nouveaux entrants, refonte
des concepts et digital redessinent
le paysage concurrentiel

Mars 2018

Une étude pour :

- Evaluer la taille et la dynamique du marché de la décoration intérieure
- Disposer d'un panorama précis des positions et stratégies des enseignes de décoration et nouveaux entrants
- Identifier les concepts émergents et benchmarker les dispositifs digitaux innovants
- Appréhender l'impact de la révolution numérique sur les business models et le jeu concurrentiel

RESTAURATION ET DIGITAL

Nouveaux outils de gestion, parcours client, restaurant connecté, startups de la foodserviceTech... : le secteur de la restauration se réinvente

Décembre 2017

Une étude pour :

- Analyser l'impact du digital sur la chaîne de valeur de la restauration commerciale et identifier les bonnes pratiques numériques
- Saisir les opportunités du numérique pour optimiser l'activité et enrichir l'expérience client en restauration
- Dresser un panorama et une typologie de la FoodserviceTech au travers d'un panel de 145 startups analysées
- Connaître le point de vue des différents types d'acteurs sur les bouleversements induits par le digital dans le secteur de la restauration

LE MARCHÉ ET LA DISTRIBUTION DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

Quels leviers pour profiter du retour à la croissance du marché ?

Juillet 2017

En partenariat avec



Une étude pour :

- Disposer de tous les chiffres du marché et repérer les promesses et les circuits les plus porteurs
- Décrypter les tendances structurantes et anticiper les mutations du marché
- Cartographier les forces en présence, les modèles de développement et les stratégies mises en œuvre par les fabricants et les distributeurs
- Anticiper les ruptures stratégiques et l'évolution des positions concurrentielles dans un environnement en recomposition (durcissement de la réglementation, arrivée de nouveaux entrants, rationalisation de l'offre, mutation des réseaux de distribution...)

LES ENSEIGNES ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Quelles stratégies gagnantes (concepts de magasins, offre, services...) pour nourrir la croissance de demain sur la proximité ?

Juillet 2017

Une étude pour :

- Dresser un panorama des stratégies des acteurs de la distribution alimentaire de proximité en France
- Relever les grands défis du circuit de la proximité alimentaire pour nourrir la croissance de demain
- Analyser, catégoriser les concepts de proximité et évaluer leur potentiel de développement
- Pour les marques, saisir les opportunités de croissance de la proximité alimentaire