



SECTEUR DISTRIBUTION & BIENS DE CONSOMMATION



Dans un contexte toujours plus concurrentiel, le retail est en pleine mutation avec le boom du e-commerce et l'essor d'une consommation plus responsable. Le parcours shopper se réinvente avec des dispositifs digitaux innovants et de nouveaux modèles d'avenir, privilégiant le service au produit, redessinent les propositions de valeur : abonnement, location, seconde main, réparation...

Enseignes de l'alimentaire et du non-alimentaire, e-commerçants, marques... : nos études vous donneront les clés pour décrypter vos marchés aujourd'hui et préparer vos business models de demain.

Découvrez nos nouveautés et trouvez le sujet adapté à vos enjeux.



Cécile DESCLOS

Directrice d'études,
Les Echos Etudes
cdesclos@lesechos.fr

UNE QUESTION ? UN COMMENTAIRE ?

RESTONS CONNECTÉS ET SUIVEZ L'ACTUALITÉ DE VOS MARCHÉS...



MARCHÉS DE L'OCCASION ET DE LA LOCATION

SEPTEMBRE 2024

Comment les retailers s'adaptent et se transforment face aux nouvelles habitudes de consommation ?
Quels seront les modèles gagnants ?

Découvrez dans cette étude :

- **Les intérêts stratégiques de ces nouvelles offres durables** pour les marques et enseignes du neuf de 9 secteurs clés (luxe, prêt-à-porter, équipement de la maison, jeux et jouets, articles de sport, high tech, produits culturels, bricolage-jardinage)
- **Les secteurs et les acteurs les plus avancés** dans le déploiement de ces nouvelles offres
- **Les ambitions des retailers** (GSA, enseignes spécialisées, grands magasins...) pour ces nouveaux services
- **Les différents modèles économiques** et modes de développement de ces nouveaux business



Sommaire



Contact



”

Nouvelle ère de consommation, nouveau paradigme pour les acteurs

À l'heure de la durabilité, de la sobriété et de la décarbonation, le rapport à la possession est train de faire sa révolution entraînant dans son sillage une nécessaire réinvention des modèles pour le retail. Occasion et location s'ancrent en effet dans nos habitudes de consommation en permettant de concilier enjeux sociétaux et environnementaux et motivations économiques. Face à l'essor des plateformes C2C, les acteurs du neuf, marques comme enseignes, en ordre de bataille, se positionnent désormais en nombre sur ces nouvelles offres.

Dans cette étude, Les Echos Etudes vous livre son diagnostic et ses recommandations pour éclairer vos décisions.

LE MARCHÉ DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

EN PARTENARIAT AVEC



JUIN 2024

Les chiffres détaillés de toutes les catégories produits du marché par famille d'animaux et par circuit

Découvrez dans cette étude :

- **Une analyse à 360° du marché** avec une rétrospective détaillée des succès de l'année 2023
- **L'analyse des performances** par circuit et par famille d'animaux
- **Un décryptage des nouvelles tendances** qui drivent la consommation
- **Les signaux faibles** qui préfigurent les grands enjeux de demain



Sommaire



Contact



”

Changement de paradigme

Le dynamisme du marché des animaux de compagnie ne se dément pas. Malgré la dégradation de la conjoncture, les ventes ont connu une croissance à deux chiffres en valeur l'an passé. Ces bons résultats témoignent de la vitalité d'un secteur en pleine ascension, portée par une augmentation du nombre d'animaux et une montée en gamme de l'offre. Mais le succès du marché montre aussi un autre visage. Car la flambée des prix s'est invitée dans l'équation.

Qui sont les perdants et les gagnants du changement de paradigme économique ?

Quelles sont les tendances de fond qui émergent et les ruptures qui se profilent ?

Le pic de croissance a-t-il été atteint ?

LES MARCHÉS DU JARDIN ET DE L'AMÉNAGEMENT EXTÉRIEUR

EN PARTENARIAT AVEC



JUIN 2024

Les chiffres détaillés de toutes les catégories
produits du marché par famille de produits
et par circuit

Découvrez dans cette étude :

- **Une analyse à 360° du marché** avec une rétrospective détaillée des succès de l'année 2023
- **L'analyse des performances par circuit** et par famille de produits
- **Un décryptage des nouvelles tendances** qui drivent la consommation
- **Les signaux faibles** qui préfigurent les grands enjeux de demain



Sommaire



Contact



”

Le jardin à l'épreuve des chocs

Entre pénuries, hausses des prix et météo capricieuse, 2023 fait figure d'année noire pour les fournisseurs et distributeurs du jardin. Les résultats sont dans le rouge et le secteur déchante. Mais le marché subit aussi le contrecoup des deux années exceptionnelles qu'il a connues au coeur de la pandémie, durant lesquelles de nombreux Français se sont tournés vers leur extérieur. Ces effets de bases et l'ampleur de l'inflation, rendent la lecture des chiffres peu lisibles, sauf à avoir une vision précise et comparative des performances du marché, en volume et en valeur. C'est ce que vous offre cette étude.

Réalisée à partir du panel distributeurs PromoJardin/Proanimal, elle détaille les ventes de 300 catégories de produits.

LES OUTSIDERS DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

DÉCEMBRE 2023

Cartographier les concepts et les enseignes outsiders, imaginer le retail de demain

Découvrez dans cette étude :

- **La typologie des concepts** des outsiders de la distribution alimentaire et leur potentiel de développement
- **Les concepts les plus inspirants et les enseignes montantes**
- **L'analyse des stratégies et des ambitions** des outsiders de la distribution alimentaire
- **Le décryptage des mutations sociétales et l'identification des signaux faibles** qui préfigurent les concepts de demain



Sommaire



Plaquette



Extrait



Contact



”

Quels sont les jeunes réseaux prometteurs ?

Les réseaux d'enseigne de la grande distribution sont certes des acteurs économiques incontournables qui pèsent toujours lourd dans le commerce de détail alimentaire. Pour autant, le paysage se transforme progressivement sous l'impulsion de réseaux d'enseignes outsiders qui se démarquent par des concepts différenciants. Vrac, produits frais, circuits courts, magasins hybrides, magasins autonomes, magasins dédiés aux territoires ruraux... La palette de nouveaux concepts est large, avec toutefois des performances d'enseignes hétérogènes.

Quelles sont les propositions de valeur différenciantes ?

Quelles sont les mutations sociétales et les tendances porteuses pour imaginer le retail de demain ?

L'AVENIR DU DISCOUNT EN FRANCE

JUIN 2023

Dynamique et perspectives du marché, évolution des modèles et recomposition du secteur à l'heure de l'inflation

Découvrez dans cette étude :

- **La dynamique du discount** (alimentaire et non-alimentaire) en France en 2022/2023
- **Le benchmark des performances commerciales**, des modèles économiques et des stratégies de croissance des enseignes à petits prix (EDMP, déstockeurs et bazars, marques-enseignes à petits prix, clubs-entrepôts...) à l'heure de l'inflation
- **Le décryptage des nouveaux entrants** (PrimaPrix, Toujust!, TEDI, Atacadão...)
- **Les perspectives du marché et les mutations** du jeu concurrentiel à horizon 4 ans



Sommaire



Plaquette



Extrait



Contact

”

Un retour en grâce qui s'accélère avec l'inflation

Dans un contexte d'inflation galopante et de pouvoir d'achat contraint, le discount s'impose en France. Success story d'Action, performances de Lidl et Aldi... Ces enseignes, plébiscitées par des consommateurs de plus en plus nombreux à rechercher bons plans et petits prix, tirent leur épingle du jeu grâce à leur force de frappe tout en ayant modernisé l'image du discount. Ce marché dynamique attise les convoitises avec des rachats et l'incursion de nouvelles enseignes et de nouveaux modèles.

Quelle place pour les nouveaux entrants et les nouveaux concepts ?

Quelle dynamique à 4 ans et quelle recomposition à prévoir ?

LE RENOUVEAU DU MADE IN FRANCE

DÉCEMBRE 2022

Création de valeur, consommation responsable, réindustrialisation... : le retour en force du Made in France dans l'équipement de la personne et de la maison

Découvrez dans cette étude :

- **Les motivations stratégiques** et les freins d'un positionnement sur le Made in France
- **Le décryptage des business models** et des stratégies gagnantes
- **La place du Made in France dans les critères de choix** des consommateurs à l'heure du consommer « moins et mieux » et de l'inflation



Sommaire



Plaque



Extrait



Contact



”

La tendance Made in France s'accélère

Depuis plusieurs années, le Made in France a les faveurs de Français en quête d'une consommation plus responsable. Cette tendance s'est accélérée avec la crise sanitaire qui a mis en lumière l'importance de la fabrication française, qu'il s'agisse de création d'emplois, de revitalisation des territoires, de préservation des savoir-faire, de souveraineté industrielle ou de réduction de l'empreinte carbone. Le Made in France s'impose ainsi comme un levier d'attractivité et de différenciation.

Quelles options s'offrent aux marques et enseignes ?

Quels modèles mettre en œuvre pour quels objectifs ?

Quelles sont les initiatives inspirantes ?

LesEchos
ÉTUDES

LE MARCHÉ DE LA DÉCORATION ET DE L'AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR

AOÛT 2022

Comment profiter du boom de la demande ?
Quelles stratégies pour capter toutes les opportunités ?

Découvrez dans cette étude :

- **Une estimation chiffrée** du marché par circuit et par segment
- **Une analyse détaillée des comportements** de consommation (critères de choix, attentes en matière d'offre et de services, circuits fréquentés, styles privilégiés...)
- **Le nouveau parcours d'achat on et off-line** des shoppers pour être présent à chaque étape du « tunnel d'acquisition »
- **Une cartographie de la distribution** : taille des réseaux, évolution des parcs de magasins, poids du e-commerce et initiatives inspirantes



Sommaire



Plaquette



Extrait



Contact



”

Les Français ont soif de confort !

Les confinements successifs et la généralisation du télétravail ont transformé le rapport des Français à l'habitat. Devenus tout à la fois espaces de vie, de travail et de loisirs, les logements se transforment, donnant lieu à autant de projets de réaménagement et de (re)décoration des intérieurs. Parallèlement, la sensibilité des acheteurs aux enjeux de développement durable s'est muée en véritable exigence. La crise sanitaire a aussi accéléré comme jamais le développement du e-commerce, transformant profondément le parcours d'achat des consommateurs.

Innovations digitales, offre responsable, seconde main, services innovants... quels sont les distributeurs les plus en avance ?

VOUS SOUHAITEZ ALLER PLUS LOIN ? NOUS POUVONS VOUS ACCOMPAGNER !

Votre contact pour tous vos projets
d'études personnalisées :



Sabrina TIPHANEAUX

Directrice adjointe

Les Echos Etudes

stiphaneaux@lesechos.fr

07 62 27 34 30



Vous souhaitez identifier de nouvelles opportunités d'affaires, évaluer le potentiel de votre marché, valider votre business plan, publier un livre blanc ?

Nous mettons à la disposition de vos projets d'études sur-mesure, l'ensemble de nos savoir-faire, notre parfaite maîtrise méthodologique, ainsi que nos outils d'investigations personnalisés (enquêtes usages et attitudes, interviews, desk research...) pour vous formuler une réponse entièrement adaptée à vos besoins.

Les Echos Etudes est le partenaire de votre croissance.

Alors, contactez-nous et étudions ensemble votre projet !



**Études et potentiel
de marché**



**Enquêtes, panels
et baromètres**



**Dispositif
de veille**

Les Echos

ÉTUDES

Filiale du Groupe Les Echos - Le Parisien, et partenaire des plus grandes entreprises françaises depuis plus de 35 ans, Les Echos Etudes est l'institut référent du monde économique. Données de marché, expertise sectorielle, tendances émergentes... Appuyez-vous sur l'expertise de nos consultants pour décrypter vos marchés.

VOS CONTACTS



Caroline JAUBOURG

Directrice commerciale et relation clients
cjaubourg@lesechos.fr / 01 87 39 76 32



Catherine CHARPENTIER

Responsable commerciale et relation clients
ccharpentier@lesechos.fr / 01 87 39 76 28

