



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...



LUXE - MODE - BEAUTÉ : RÉENCHANTER L'ACTE D'ACHAT

DÉCEMBRE 2024

De la mise sur le marché à la visite en boutique, comment réinventer le plaisir de consommer et créer de nouvelles opportunités de croissance

Découvrez dans cette étude :

- **Le décryptage des attentes consommateurs et les défis** auxquels font face les acteurs du luxe, de la mode et de la beauté
- **Le panorama complet des leviers actionnables** : stratégies community centric (crowdfunding, cocréation, social selling, livestream shopping, ...), nouveaux modèles (précommande, clubs, souscription, ...), nouveaux services (garantie à vie, customisation/mass personnalisation, consigne, ...), nouveaux concepts de points de vente...
- **L'analyse de concepts inspirants et des best practices** en France et à l'international



Sommaire



Contact

”

Positionner l'acte d'achat comme une parenthèse enchantée

Dans un contexte de tensions récurrentes sur le pouvoir d'achat dans le mass market et de désaffection de la clientèle aspirationnelle dans le luxe, le plaisir de consommer a laissé place à la déconsommation et aux arbitrages budgétaires. Si les marques et enseignes à petits prix bénéficient à plein de ce phénomène, les acteurs traditionnels doivent repenser et enrichir leur proposition de valeur pour desserrer la concurrence par les prix et réenchanter l'acte d'achat.

Quels sont les leviers plus pertinents selon les secteurs/niveaux de gamme ? Quelles sont les initiatives inspirantes et les best practices ? Au travers de ce deep dive, Les Echos Etudes vous livre ses recommandations.

LesEchos
ÉTUDES

IA : LA RÉVOLUTION DU RETAIL

NOVEMBRE 2024

Capitaliser sur le potentiel de l'IA
pour transformer l'expérience client
et optimiser l'efficacité opérationnelle

Découvrez dans cette étude :

- **Un panorama des applications** de l'IA générative dans le retail
- **Des cas d'usage** dans les différents secteurs du retail
- **Les enseignes et e-commerçants les plus avancés** dans leur stratégie IA
- **Les opportunités à saisir avec l'IA** pour déployer des avantages concurrentiels et enrichir l'expérience client et les défis à relever



Sommaire



Contact

”

L'IA, game changer de l'expérience client

À l'instar d'autres secteurs, l'IA impacte le retail, secteur ultra-concurrentiel à la recherche de leviers de différenciation. Face aux nouvelles perspectives qu'elle ouvre pour stimuler la croissance, gagner en compétitivité, améliorer les relations clients, la transformation ne fait que commencer. Dès lors, il semble impératif pour les acteurs de ne pas manquer ce virage décisif en surmontant les nombreux défis sous-jacents.

Quels sont les cas d'usage dans les pratiques actuelles du retail pour quels objectifs ?

Quels sont les retailers et e-commerçants les plus avancés dans leur stratégie IA ?

Quels sont les opportunités de demain et les défis à relever ?



THE BURTON

LesEchos
ÉTUDES

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



Plaquette



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 en 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.

LesEchos
ÉTUDES

LE MARCHÉ DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

EN PARTENARIAT AVEC



PromoJardin
Promanimal
Analyser, échanger, inspirer

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



Plaque



Extrait



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 ?



RF PICTURES

LesEchos
ÉTUDES

LES MARCHÉS DU JARDIN ET DE L'AMÉNAGEMENT EXTÉRIEUR

EN PARTENARIAT AVEC



PromoJardin
Promanimal
Analyser, échanger, inspirer

MAI 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



Plaquette



Extrait



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 déçante. 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/Promanimal, elle détaille les ventes de 300 catégories de produits.

LesEchos
ÉTUDES

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 ?

LesEchos
ÉTUDES

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, 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 ?

LesEchos
ÉTUDES

VOUS SOUHAITEZ ALLER PLUS LOIN ? NOUS POUVONS VOUS ACCOMPAGNER !

**Votre contact pour tous vos projets
d'études personnalisées :**



Sabrina TIPHANEUX

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



Crédits photos : Getty images, Adobe Stock
Conception et réalisation : Les Echos Études / Les Echos Publishing - 10, bd de Grenelle 75015 PARIS