



INFOS ACTUALITES GRANDE DISTRIBUTION

SIGNAUX ECONOMIQUES / CONSOMMATION

Pessimisme ambiant, fins de mois difficiles et promotions

Selon la dernière étude de « Nielsen » les Français demeurent pessimistes. L'épisode des « gilets jaunes » a fortement plombé le dernier trimestre 2018... A tel point que le niveau de confiance des Français compte parmi les plus bas du monde. Il remonte néanmoins au 1er trimestre 2019.


Une enquête de l'institut « ELABE » fait ressortir que les Français sont plutôt heureux dans leur vie privée mais que cela est terni par la crise du pouvoir d'achat. Une souffrance sociale qui coupe la France en 2 : seuls 19 % des Français déclarent boucler facilement leur fin de mois et arriver à épargner... Plus que jamais le prix demeure un critère d'achat primordial.

Les départements les moins riches sont promophiles. En moyenne les promotions « prospectus » représentent 11,6 % des achats PGC FLS en hyper et super selon une étude de « NIELSEN ». Cette étude fait ressortir qu'il existe bien une corrélation entre la part des ventes réalisées sous promo et le revenu médian des ménages.



Le commerce équitable, Yuka et l'e-commerce font un tabac

Alors que la consommation alimentaire « patine », le CA des produits équitables a progressé de 22 % en 2018 pour atteindre 1,28 milliards d'euros. Les GMS tirent la croissance et accaparent désormais 49 % des ventes contre 42 % un an plus tôt.

 **Yuka** Avec désormais 8 millions d'utilisateurs, Yuka vient de lancer une version premium offrant plus de fonctionnalités. Un tel succès répond à une vraie demande des consommateurs qui veulent concilier alimentation saine et contrôle des dépenses.

Pour le E-commerce, tous les indicateurs sont au vert. L'E-commerce est une affaire de « market place ». Les soldes ont boosté ce type d'achat qui se banalise. 36% des achats se font désormais par smartphones. Pour répondre à cette attente, les sites étoffent leur offre.

Agir Ensemble

SNEC CFE-CGC 8 Allée des Bergeronnettes 13013 Marseille



Disponibilité
Représentativité
Juridique
Légitimité
Statut
SNEC
Accords
Valeurs
AGIR
Evolution
Respect
ENSEMBLE
Négociations



RETAIL FRANCE

Avec la Loi Alimentation, **les MDD** sont plébiscitées face aux marques nationales. La tendance devrait se poursuivre.

Les Mousquetaires totalisent 30% du parc Drive français pour seulement 8.6% des ventes du circuit drive. Leurs modèles généralistes et leurs magasins performants s'en sortent mieux en quote-part de CA Drive.

Les sociétés Rallye/Casino ont été placées en procédure de sauvegarde. 3 causes principales : le niveau d'endettement, l'insuffisance de cash et l'acharnement de fonds spéculatifs. 3 scénarios possibles : l'étalement de la dette, les banques pourraient convertir leurs créances en actions ou encore la cession massive de magasins.

Intersport est désormais la première enseigne de textile et chaussures sport. Décathlon s'est privé d'une clientèle de sportswear addict de mode. Ce marché reste cependant dynamique et très concurrenté.

Stockomani croît à +15% par an. Comme les autres déstockeurs, il base sa stratégie sur une offre PGC courte avec des prix très agressifs. Les hypermarchés et supermarchés sont totalement décalés. L'offre hygiène-beauté lui donne une très bonne image prix.

Comme l'a fait Carrefour avec Darty, Auchan pourra difficilement « cornériser » ses hypers avec **Décathlon ou Kiabi**. En effet, ceux-ci sont souvent historiquement présents à proximité.



RETAIL WORLD

Lidl investit dans le online avec plus ou moins de succès. Une offre non-alimentaire est attendue en France en 2020. Dans plusieurs pays, l'enseigne limite ses investissements en alimentaire en recourant à des prestataires.

Auchan quitte l'Italie et le Vietnam. Après avoir coupé ses branches malades, Auchan ne sera plus présent que dans 15 pays. Ses ventes internationales sont estimées à 32.4 milliards d'euros.

Dans un monde qui change, la Transformation de notre groupe est nécessaire. Le commerce se réinvente chaque jour et rend indispensable une remise en cause de nos organisations.

Les difficultés des groupes Casino ou Auchan doivent nous inciter à la plus grande prudence sur nos futurs choix stratégiques.

Agir Ensemble

SNEC CFE-CGC 8 Allée des Bergeronnettes 13013 Marseille

Site : www.cfecgc-carrefour.org Mail : secretariat@sneccarrefour.fr Tel : 04-91-33-18-27