

## Panorama de presse

(1<sup>er</sup> au 15 octobre 2009)

### DISTRIBUTION ET VAD

## CIRCUIT DE DISTRIBUTION

### Les réseaux de distribution

#### La VAD Valley s'ouvre au multicanal

Impossible de dissocier la région Nord de la vente à distance. Berceau historique de ce métier, avec Roubaix pour épicentre, l'agglomération lilloise s'est construit dans ce domaine une solide réputation au fil des ans et jouit d'une réputation internationale.

*Marketing direct 01/10/2009*

#### Le marché de la VAD progresse dans l'Hexagone

Marqué par la réussite du e-commerce et la baisse des volumes papier, le marché de la vente à distance ne cesse de gagner du terrain en France.

*Marketing direct 01/10/2009*

#### La vente à domicile met les bouchées doubles

Créer 100 000 emplois dans les trois ans, c'est le pari de la Fédération de la vente directe, actuellement en pourparlers avec Laurent Wauquiez, secrétaire d'Etat chargé de l'emploi. D'ici à la fin de l'année, nous devrions parvenir à un accord destiné à promouvoir l'image et le développement du secteur".

*Figaro.fr 05/10/2009 B. Eyer Caroline*

#### Urbanisme commercial : les indépendants s'étendent

Leclerc, Système U et Intermarché sont en tête des enseignes ayant gagné le plus de surfaces commerciales. Cette expansion tous azimuts des indépendants risque de menacer, à terme, les positions des groupes intégrés.

*Points de Vente 05/10/2009 Doiseau Isabelle*

#### Les ventes de détail en baisse de 0,2 % en août dans la zone euro

*Les Echos 06/10/2009*

#### Le commerce en ligne résiste bien à la crise

Les ventes sur internet ont progressé de 25 % au premier semestre par rapport à la même période de 2008 selon la Fevad.

*Le Monde 06/10/2009 P.Ju.*

## La mode passe au e-commerce

Kiabi, Camaïeu, Kookaï, les Galeries Lafayette ont ouvert des sites marchands. Zara se lance l'an prochain. Les ventes de vêtements en ligne ne connaissent pas la crise.  
*Le Figaro 14/10/2009*

## Groupes – enseignes

### Auchan Vélizy : le grand hyper n'est pas mort

Le premier hypermarché de France en chiffre d'affaires a été agrandi et repensé pour faciliter la vie des consommateurs, offrir du choix tout en apportant de la modernité. 90 M€ ont été investis.  
*LSA 01/10/2009 Le Boulenger Sylvie*

### Auchandirect.fr se lance dans le déstockage textile

Le cybermarché du groupe Auchan a ouvert en partenariat avec Comptoirdesventes.com un rayon de déstockage textile. Le site n'exclut pas d'investir d'autres univers.  
*Journal du net 14/10/2009*

### Ikea renforce son leadership français

Dans un contexte difficile pour le secteur, le nouveau numéro un français du meuble entend se donner les moyens de creuser l'écart avec ses concurrents.  
*LSA 01/10/2009 Bray Florence*

### Casino se retire des Pays-Bas

Casino se désengage de sa filiale néerlandaise Super de Boer. Cette dernière a reçu une offre de rachat de la part de son concurrent Jumbo.  
*Linéaires 01/10/2009 F.C.-L*

### Casino souffre de la chute de la consommation en France

A 7,1 milliards d'euros, le chiffre d'affaires du groupe a baissé de 1,4 % au troisième trimestre par rapport à la même période de l'an dernier et continue de reculer. Pourtant l'international maintient une croissance solide.  
*Les Echos 15/10/2009 M.C.*

### Compléments alimentaires et cosmétiques bio : Boutique Nature, le conseil à l'état pur

Créée en décembre 2006, l'enseigne Boutique Nature a depuis ouvert une dizaine de points de vente. Unique en son genre, ce concept propose des compléments alimentaires, des huiles essentielles et de la cosmétique bio. Il évolue certes sur un secteur de plus en plus concurrentiel, mais son positionnement particulier et sa force de conseil lui permettent d'afficher une réelle différence.  
*Market Journal Edition Bleue 01/10/2009 Ducellier Anne-Lise*

### Uniqlo, le géant japonais de l'habillement, séduit Paris dans un secteur du textile encore en crise

La marque est déjà présente à Tokyo, Séoul, New York, Londres et Singapour et se donne un an pour rentabiliser son magasin parisien.  
Lire aussi : Pour Charles Melcer, président de la Fédération nationale de l'habillement, l'arrivée d'Uniqlo est douloureuse pour ses concurrents.  
*Le Point 06/10/2009*

## Eram ouvre son magasin en ligne

L'enseigne de chaussures se lance à son tour dans l'e-commerce. Elle proposera ses marques ainsi que celles qu'elle distribue.

*Journal du net 06/10/2009*

## BrandAlley prétend devenir le grand magasin en ligne de demain

Le site de ventes privées développe les boutiques de marques avec leurs nouvelles collections. Le géant des médias NewCorp. y a investi 14 millions d'euros, et assure le développement du site britannique de l'enseigne.

*Les Echos 06/10/2009 A.BO.*

## Nestlé ouvre un shopper center

Le géant de l'agroalimentaire inaugure un laboratoire d'analyse des comportements d'achat pour les distributeurs. Concrètement, les informations glanées par Nestlé au fil des études consommateurs qu'il réalise peuvent renseigner un distributeur sur la façon, par exemple, de réussir à capter telle ou telle typologie de clients un peu plus longtemps sur un segment de linéaire.

*Points de Vente 05/10/2009 Bayot David*

## Phildar se développe en grand dans le prêt-à-porter féminin

Face au déclin de la laine à tricoter Phildar veut faire de son concept "Grain de Malice", lancé en 2007, une véritable chaîne de prêt-à-porter pour la femme de quarante ans.

*Les Echos 15/10/2009 Buyse Nicole*

## Carrefour s'est mis au drive

Le premier Carrefour Ooshop Drive est opérationnel depuis octobre.

*LSA 15/10/2009*

## Carrefour plus que jamais sous pression en France

Les derniers chiffres d'évolution de parts de marché laissent apparaître un transfert de clientèle de Carrefour à Carrefour Market. Les réflexions sur l'évolution du comité exécutif suscitent des interrogations.

*Les Echos 01/10/2009 Boudet Antoine*

## Carrefour pourrait quitter l'Amérique du Sud

L'option, poussée par Colony et Bernard Arnault, est sérieusement envisagée. Deux repreneurs seraient candidats.

*Le Monde 08/10/2009 Gatinois Claire; Michel, Anne*

## Carrefour abandonne déjà la Russie

Le pays était présenté comme l'un des quatre relais de croissance du groupe. Carrefour a décidé de vendre ses activités et de quitter le pays, "en l'absence de perspectives de croissance organique suffisante et d'opportunités de croissance externe qui permettraient d'y atteindre une position de leadership".

*Figaro Economie 16/10/2009 Letessier Yvan*

## Marionnaud se réorganise pour sortir du rouge l'an prochain

L'enseigne a ramené à 582 le nombre de suppressions de postes dans son plan social. A l'issue de cette restructuration, la direction veut revenir à l'équilibre dès 2010, notamment en lançant des produits sous sa propre marque.

*Les Echos 08/10/2009 D.Ch.*

## **Damart mise gros sur les nouveaux seniors**

L'enseigne roubaisienne tire son épingle du jeu dans un monde de la VAD chahuté. Principal moteur de sa croissance : la poussée démographique des seniors mais aussi leur changement de comportements. Damart joue avec succès la segmentation et une image beaucoup plus dynamique via sa nouvelle marque DamartSport.  
*Gazette Nord - Pas-de-Calais (La) n° 2 09/10/2009 Ducuing Olivier*

## **Réglementation**

### **Une proposition de loi sur les faillites dans l'e-commerce**

Pour protéger le consommateur confronté à la liquidation judiciaire d'un vendeur à distance, le secrétariat d'Etat à la Consommation propose d'accroître les prérogatives de la DGCCRF qui pourra "en cas d'incapacité manifeste du professionnel à respecter ses engagements" interdire "la prise de toute nouvelle commande, sur tout ou partie des produits et services proposés, ou toute prise de paiement par le professionnel avant la livraison intégrale du produit ou l'exécution effective du service".

*Journal du net 05/10/2009*

## **CONSOMMATION**

### **Par grand secteur**

#### **Une année 2010 médiocre pour le bricolage**

Les grandes surfaces de bricolage devraient confirmer leur leadership avec un recul limité. C'est beaucoup mieux que les circuits concurrents comme les magasins traditionnels (- 7 % en 2010).

*LSA 01/10/2009 C.J.N*

#### **Produits bio : l'explosion tant annoncée du marché se profile enfin**

La progression des ventes de bio s'accélère, ce qui n'est pas sans poser des problèmes d'approvisionnement. Mais les grandes marques et les distributeurs se lancent massivement sur ce segment porteur d'espoir, pour ne pas rater le train en marche.

*LSA 15/10/2009 Leclerc Morgan*

#### **Comment les français consomment de l'informatique et du multimédia**

The Phone House et BVA ont réalisé une étude qui vise à décrypter les habitudes d'achat et d'usage des produits informatiques et multimédia des français. Il en ressort que le marché de l'informatique mobile dispose encore d'un potentiel de progression important pour l'avenir.

*Distributive.com 12/10/2009 Alessi Fabrice*

## **ACTIVITES SUPPORTS**

### **Marketing – communication**

**Marketing : la percée du "satisfait ou remboursé"**

Après les casseurs de prix dans les supermarchés et les billets d'avion low cost arrive la mode du "satisfait ou remboursé" culturel. Opération de Virgin sur l'appréciation d'un roman, Acadomia (soutien scolaire), Pierre & Vacances (météo).  
*Expansion (L') 01/10/2009 Dedieu Franck*

### **Technologies T.I.C.**

**La révolution mobile est en marche**

L'arrivée de téléphones utilisant la technologie sans contact devrait être un détonateur de nouveaux usages dans l'Hexagone.

*Marketing magazine 01/10/2009 Charpentier Aurélie*

### **Ressources humaines – Management**

**Le secteur de la relation client continue de recruter**

La filière de la relation client maintient le rythme en matière de création d'emplois. Pour preuve, une étude AFRC/SP2C révèle que plus de 4000 postes ont été créés depuis janvier.

*Relation Client magazine 01/10/2009 Morel Claire*

## **DEVELOPPEMENT DURABLE**

**Auchan veut rouler "propre" avec ses transporteurs**

En 2001, Auchan a élaboré une charte nationale avec ses partenaires transporteurs. Une démarche sécurité et d'efficacité qui s'oriente aujourd'hui vers l'environnement.

*Voix du nord (La) 05/10/2009*

## **INTERNATIONAL**

**Reprise à confirmer dans la distribution américaine**

La relance, au mois d'août, de la consommation aux USA, est analysée avec prudence. Pas d'euphorie du côté des distributeurs, mais la volonté d'affiner leur business model pour bien sortir de la crise.

*LSA 08/10/2009 Azoulai Corinne*

# **EVENEMENTS**

## **Manifestations professionnelles**

Le salon RFID 2009 est reporté en mars 2010

Initialement prévu les 8 et 9 décembre 2009 au CNIT Paris, le salon est reporté du 23 au 26 mars à Villepinte.

[www.filrfid.org](http://www.filrfid.org) 07/10/2009

## **Conférences – interview**

Interview de Jacques-Antoine Granjon, PDG de Vente-privée.com qui explique comment son site est devenu numéro 1 du déstockage de marques en France

"Chaque jour, nous traitons jusqu'à 90 000 commandes"

*Le Monde 06/10/2009 Jullien Pierre*

La vente à distance dopée par les achats sur Internet.

Interview de Marc Lolivier, délégué général de la Fédération des entreprises de vente à distance

*Nord Eclair 13/10/2009 Hébert Mathieu*

## **Vient de paraître...**

Internet bouscule les choix culturels des Français

Une enquête sur les pratiques culturelles des Français vient d'être réalisée par le ministère de la culture.

*Le Monde 15/10/2009*

## **Le Centre d'innovation des Technologies sans contact – EuraRFID lance son site internet**

Le Centre d'Innovation des Technologies sans Contact – EuraRFID favorise la compréhension des technologies innovantes en matière du sans contact et de l'Internet des Objets par les entreprises, accélère l'émergence et la mise sur le marché de solutions innovantes standardisées, développe des synergies entre les entreprises, les organismes de recherche et de formation, tout en prenant en compte les impacts sociaux et les perspectives internationales.

[www.filrfid.org](http://www.filrfid.org) 28/10/2009

## **Commerce de proximité avenir et chiffres 2009**

SIMM 2009 analyse les grands phénomènes de la distribution et dresse le portrait du shopper. Il est protéiforme et insaisissable, avec des attentes multiples et parfois contradictoires. Le shopper multiplie les points de contacts avec les magasins et fréquente de plus en plus d'enseignes, dont le hard discount. C'est ainsi 4 nouvelles manières d'appréhender la distribution et 5 e-shoppers que l'étude identifie.

*Etude Simm TNS Media Intelligence Shopper 2009*