

La distribution d'articles de bricolage et de jardinage

Quelles stratégies innovantes pour réinventer les *business models* ?

Une nouvelle vision stratégique est nécessaire dans la distribution d'articles de bricolage et de jardinage. Son objectif est de redynamiser les points de vente dans un marché désormais mature, d'accélérer la transition digitale, et de tirer parti des usages émergents et de l'économie collaborative. Dans ce contexte, quels sont les nouveaux mécanismes de création de valeur ? Quel positionnement adopter ? Et quels leviers activer sur les dimensions physiques et numériques de l'activité pour maximiser l'efficacité opérationnelle tout en dénichant de nouveaux gisements de croissance ? Une chose est sûre : ce n'est qu'au prix d'un ajustement profond des *business models* que les distributeurs seront en mesure de construire de nouveaux avantages concurrentiels durables et défendables.

Sophie Rauch
Chargée d'études
Precepta

PRECEPTA, pour éclairer le changement stratégique

Pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, Precepta décrypte les inflexions de la concurrence et des business models sectoriels. Dans un monde en plein bouleversement technologique et dans une compétition mondialisée, notre vocation est de stimuler votre réflexion stratégique. Car, les entreprises sont aujourd'hui confrontées à une remise en cause multiforme de leurs modèles économiques.

La montée en puissance des plateformes collaboratives, les nouvelles formes de demandes, l'accélération du e-commerce, l'apparition de nouveaux produits et objets intelligents et connectés, de nouveaux matériaux, de nouveaux assemblages entre produits et services constituent quelques illustrations de ces bouleversements qu'analysent dans leurs études les experts de Precepta, tous spécialistes de leur domaine d'activité.

Precepta, filiale du groupe Xerfi, a accumulé plus de 25 ans d'expérience dans l'analyse des entreprises et de la compétition sectorielle.



- **Le commerce indépendant de proximité face à Internet et au e-commerce**
(avril 2015, 5DIS44)
- **La distribution digitale de la distribution**
(novembre 2015, 6DIS69)
- **La distribution de biens d'équipement de la maison face au numérique**
(décembre 2014, 4DIS61)
- **La consommation collaborative**
(décembre 2015, 5DIS73)

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, commandez directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6DIS53** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com

Pour toute prestation personnalisée (présentation, conférence, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

BON DE COMMANDE

Réf : **6DIS53/PTA / INT**

à retourner à :
PRECEPTA Groupe Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris
 Email : commande@xerfi.fr - Téléphone : 01 53 21 81 51

La distribution d'articles de bricolage et de jardinage

Quelles stratégies innovantes pour réinventer les *business models* ?

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

1 version papier

2 200 EUR HT
2 321,00 EUR TTC
(TVA 5,5%)



1 version PDF

2 100 EUR HT
2 520,00 EUR TTC
(TVA 20%)



1 version papier
1 version PDF

2 495 EUR HT
2 994,00 EUR TTC
(TVA 20%)



1 version PDF
avec 5 droits de diffusion

4 400 EUR HT
5 280,00 EUR TTC
(TVA 20%)



INFORMATIONS CLIENT

Société : _____

Siret : _____

Nom & prénom : _____

Fonction : _____

Adresse : _____

Code postal : _____

Ville : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____

TVA intracommunautaire pour les achats hors France : _____

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- chèque ci-joint à l'ordre de Xerfi DGT
- par carte bancaire sur www.xerfi.com

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture
 En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
 Tarifs valables jusqu'au 30/04/2017

Date, Signature et Cachet :

La distribution d'articles de bricolage et de jardinage

Quelles stratégies innovantes pour réinventer les *business models* ?

① PRECEPTA INSIGHTS

Precepta met à votre disposition toute sa réflexion stratégique dans **un tout nouveau rapport opérationnel, Precepta Insights**. Concis, structuré et percutant, ce rapport a été conçu de manière à stimuler votre réflexion stratégique, tout en optimisant votre temps de lecture. Vous y trouverez les grandes conclusions de l'étude, dont voici un aperçu exclusif :

Se différencier : une priorité stratégique pour les distributeurs

Seule une véritable stratégie de différenciation permettra à terme de renouer avec la croissance et de créer davantage de valeur. Mais pour se différencier avec succès, les acteurs devront acquérir des compétences clés dans le domaine du digital. Car dans un environnement *cross-canal*, où le client est ultra-connecté, les distributeurs doivent proposer une continuité de services véritablement innovants entre les sphères du réel et du digital. Ce n'est qu'à ce prix qu'ils parviendront à s'établir comme une marque relationnelle, et à susciter l'attachement des clients.

Ajuster les *business models* aux usages émergents : une nécessité

Il est impératif de faire évoluer le modèle d'affaires des distributeurs. Tout l'enjeu est ainsi d'innover pour intégrer les nouveaux usages émergents, notamment ceux issus de l'économie collaborative. Deux axes nous semblent cruciaux :

- Sur le segment physique, le réseau doit garder son statut d'actif stratégique. Si la logistique s'avère déterminante pour optimiser la performance des réseaux et des parcours d'achat, c'est bien le magasin, devenu au passage « collaboratif », qui reste au centre du modèle. Un magasin qui est le nouveau point focal pour une communauté de clients désireux d'être accompagnés dans leurs projets et, parfois, de substituer l'usage à l'achat.
- Sur le segment numérique, les acteurs sont tenus de relever le défi de la rentabilité en explorant des modèles innovants tels que les plateformes d'intermédiation. Ces modèles doivent à la fois être pensés pour générer des revenus additionnels, mais aussi pour fédérer une communauté durable de clients prescripteurs.

Depuis 25 ans, les études de la collection Precepta portent l'ambition d'éclairer le changement stratégique pour préparer les dirigeants à l'action. Avec le tout nouveau rapport Precepta Insights, Precepta vous délivre sa vision exclusive du marché à travers des messages opérationnels clairs et percutants. Basées sur une veille informationnelle, des approches statistiques et une analyse stratégique rigoureuses, les études Precepta décryptent les mutations fondamentales du marché pour une meilleure efficacité décisionnelle.

3 LE RAPPORT D'ANALYSE STRATÉGIQUE

Le rapport d'analyse stratégique est construit pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, décrypter les inflexions de la concurrence et les *business models* sectoriels.

● QUELLES SONT LES DYNAMIQUES STRATÉGIQUES ACTUELLES DES ACTEURS ?

La distribution d'articles de bricolage et de jardinage met aux prises des acteurs aux positionnements spécifiques. L'étude de Precepta décrypte les leviers de performance et les modes de développement des groupes leaders pour chacun des deux marchés. Elle vous donne aussi des clés de compréhension quant à l'extension des réseaux, à l'évolution des portefeuilles d'activités et aux modalités de capture de parts de marché.

● QUELS SONT LES *BUSINESS MODELS* GAGNANTS ?

Les enjeux introduits par les nouveaux usages, le digital et l'économie collaborative sont colossaux. Les distributeurs pionniers en la matière disposent d'un avantage concurrentiel durable. Mais valoriser une communauté de clients en magasin et en ligne exige une compréhension des stratégies de plateformes et une évolution maîtrisée des *business models* et des compétences.

● COMMENT LES DISTRIBUTEURS DOIVENT-ILS AJUSTER LEURS MODÈLES ?

Les acteurs ont toutes les armes pour ne pas subir une intermédiation non maîtrisée, se réinventer et renouer avec la croissance. A condition d'activer les stratégies les plus innovantes et pertinentes. Faut-il développer sa propre plateforme, ou bien acquérir un *pure-player* ? Quelle place pour les partenariats stratégiques ?

4 LE RAPPORT INTELLIGENCE DATA

Le rapport Intelligence Data apporte toutes les données chiffrées sur le marché. Il permet de prendre connaissance des tendances structurelles, d'étudier la concurrence et de s'informer sur les derniers événements marquants.

● LE MARCHÉ

Les chiffres clés sur les dépenses des ménages et leurs arbitrages, l'impact du e-commerce sur le secteur, la dynamique des ventes par circuits, etc.

● LA STRUCTURE DE LA CONCURRENCE

Precepta présente les données clés des principaux acteurs : grandes surfaces de bricolage, grandes surfaces alimentaires, jardineries, libre services agricoles, négoce spécialisés, etc.

● LES FAITS MARQUANTS

Precepta vous délivre les résultats de sa veille concurrentielle pour vous aider à prendre connaissance des derniers événements majeurs : stratégies de diversification, lancements de nouveaux concepts, derniers mouvements de concentration, stratégies digitales (acteurs traditionnels et *pure-players*), initiatives en matière de consommation collaborative, essor du *Do It Yourself* et initiatives des distributeurs pour y répondre, etc.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, commandez sur : **XERFI.COM**

- 1 Rentrez le code **6DIS53** dans la barre de recherche pour la retrouver
- 2 Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- 3 Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com



ACTEURS CONCERNÉS PAR NOTRE ANALYSE

ADEO
AMAZON
APEX
BAKKER.FR
BAOBAB
BATIMAN
BHV
BOTANIC
BRICO CASH
BRICO DÉPÔT
BRICO E. LECLERC
BRICO PRO
BRICOLEX
BRICOMAN
BRICOMARCHÉ
BRICONAUTES
BRICOPRIVE.COM
BRICORAMA
BRICOZOR.COM
CAP BRICOLAGE
CASTORAMA
CDISCOUNT
CENTRALE-BRICO.COM
COFAQ
COMPAGNON
COMPLEMENT-MARTEAU
COMPTOIR PLUS
COOPERATIVE AGRICOLE PAYS
DE LA LOIRE
COTE NATURE
CPFM
DECOCLICO.FR
DELAMAISON.FR
DELBARD
E. LECLERC
EBAY
GALERIES LAFAYETTE
GAMM VERT
GEDEX
IKEA
INTERDITAUPUBLIC.COM
INVIVO
ITM ENTREPRISES
JARDILAND
JARDIVAL
KINGFISHER
KIRIEL
LA BOITE A OUTILS
LA MAISON POINT VERT
LA PERIGOURDINE
LEROY MERLIN
LOUIS DELHAIZE
MA CAMPAGNE
MISTERGOODDEAL
MANOMANO
MONEDEN.FR
MR BRICOLAGE
OOGARDEN.COM
PARROT
PIXMANIA
PLANTES-ET-JARDINS.COM
POINT P
PRICEMINISTER
RUE DU COMMERCE
SAINT GOBAIN
SAMSE
SEVEA
SHOWROOMPRIVE
TERRENA
TIKAMOON.COM
TREFLE VERT
TRISKALIA
TRUFFAUT
VENTE-PRIVEE
VILLAVERDE
WELDOM

