

Les enseignes à petits prix

Virage du *smart discount* et menace des spécialistes *low cost* : perspectives et stratégies des enseignes de bazar et de déstockage d'ici 2018

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur les enseignes à petits prix. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 7DIS45

Alexandre Masure,
Chef de projets
Xerfi France

Les enseignes à petits prix

Virage du *smart discount* et menace des spécialistes *low cost* : perspectives et stratégies des enseignes de bazar et de déstockage d'ici 2018

Édition février 2017

150 pages d'analyse + 200 fiches d'entreprises

Le retour en force des *discounters* rebat les cartes

Dans une relative discrétion, les chaînes à petits prix ont tissé leur toile sur toute la France. L'essor ultra-rapide d'Action, les phénomènes Hema et Stokomani, ou encore le retour au premier plan de La Foire'Fouille sont là pour en témoigner. « Relookées » et plus réactives aux attentes d'une clientèle élargie, ces enseignes arborent désormais une promesse de valeur qui dépasse celle de simples prix bas. Un virage vers le *smart discount* bienvenu mais dont le succès pourrait être mis à mal par la tentation, de plus en plus pressante et généralisée, des prix cassés. Les assauts de nouveaux venus comme Primark et Kiko mais aussi des *pure players* pourraient en effet durcir le jeu concurrentiel dans les prochaines années. Face aux offensives des distributeurs spécialisés et *low cost*, **quelles sont les réelles perspectives des enseignes de bazar et de déstockage d'ici 2018 ? Sur quels marchés feront-elles la différence ? Quel profil parviendra à tirer le plus son épingle du jeu ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse détaillée du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2018**

Prévisions d'activité des principales enseignes de bazar et de déstockage, évolution du pouvoir d'achat des ménages et de la consommation sur 8 marchés de l'équipement de la maison et de la personne.

- **Le décryptage des modèles économiques et des performances financières des entreprises**

Structure des coûts des magasins de bazar et de déstockage, performances financières des acteurs sur la base de deux panels représentatifs des deux profils d'acteurs, observatoire économique et financier de 200 sociétés d'exploitation.

- **La cartographie de la concurrence sur 6 marchés de référence**

Jeu concurrentiel et poids des enseignes à petits prix sur les marchés de l'habillement, du bricolage/jardinage, de l'ameublement/décoration, des parfums/produits de toilette, du petit électroménager et des articles ménagers.

- **Le panorama des forces en présence et les stratégies des principales enseignes**

Classements des principales enseignes (top 25 sur le segment du bazar et top 10 sur le segment du déstockage), fiches d'identité de 12 enseignes leaders, axes de développement des acteurs (densification du maillage territorial, virage vers le *smart discount*, investissements logistiques, etc.).

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des enseignes à petits prix (enseignes de bazar et de déstockage) à l'horizon 2018. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (grandes tendances de consommation sur 6 marchés de référence), le contexte concurrentiel (intensification de la concurrence, notamment avec les distributeurs *low cost* d'équipements de la maison et de la personne) et les mutations de l'offre (cap vers le *smart discount*, nouveaux concepts, etc.)

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des acteurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DE L'ACTIVITÉ DES ENSEIGNES À PETITS PRIX

1. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

2. L'ACTIVITÉ DES ENSEIGNES LEADERS JUSQU'EN 2016 ET LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2018

- Le chiffre d'affaires des enseignes et magasins de bazar
- Le chiffre d'affaires des enseignes et magasins de déstockage

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

1. L'ENVIRONNEMENT MACROÉCONOMIQUE

- Le pouvoir d'achat des ménages (2008-2016)
- La consommation des ménages (2008-2016)

2. LES MARCHÉS DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

- La consommation globale des ménages en équipements du logement (2008-2016)
- La consommation d'articles de décoration (2009-2016)
- Le marché du meuble domestique et du petit électroménager (2009-2016)
- Le marché des articles ménagers (arts de la table, linge de maison et autres articles d'entretien) (2009-2016)
- Le marché du jardinage et du bricolage (2008-2016)

3. LES MARCHÉS DE L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

- Le marché du prêt-à-porter (féminin, masculin et enfant) (2011-2016)
- La consommation de parfums et produits pour la toilette (2009-2016)

4. L'ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION

- Le recours aux soldes, aux promotions et au marché de l'occasion et l'achat en ligne

3. L'ANALYSE DES MODÈLES ÉCONOMIQUES ET DES MARGES DES ENSEIGNES À PETITS PRIX

Cette partie décrypte les business models et les performances financières des magasins de bazar et des boutiques de déstockage. Elle analyse, sur la période 2008-2016, l'évolution des principaux postes de charges (achats de marchandises, autres achats et charges externes et frais de personnel) et ratios financiers (taux de marge commerciale, d'EBE et de résultat net) de deux échantillons d'entreprises représentatifs.

- Le modèle économique et la structure des coûts
- L'évolution des principaux postes de charges : achats de marchandises, autres achats et charges externes et frais de personnel
- L'évolution des principaux ratios de performance : taux de marge commerciale, d'EBE et de résultat net
- Le compte de résultat en % du chiffre d'affaires
- Le bilan en % de l'actif et du passif

4. LES FAITS MARQUANTS ET LES AXES DE DÉVELOPPEMENT DES ENSEIGNES

1. L'ACCROISSEMENT DU MAILLAGE TERRITORIAL

- Le développement des réseaux : principales ouvertures de magasins en 2016 ; évolution du parc des enseignes entre 2010 et 2016

Études de cas : les stratégies d'implantation en centre-ville de Hema et GiFi

- Les opérations de croissance externe

2. ATTIRER LA CLIENTÈLE

- Gagner en notoriété : analyse des stratégies de communication des enseignes à petits prix

Étude de cas : la stratégie d'image de Centrakor

- Améliorer l'image de l'enseigne et les concepts de magasins

Études de cas : les transformations récentes de La Foir'Fouille et Tati

- S'appuyer sur les nouveaux outils digitaux : Études de cas : les stratégies digitales de GiFi et La Foir'Fouille

3. L'ESSOR DES INFRASTRUCTURES LOGISTIQUES

- Les derniers investissements en logistique

4. S'ADOSER À DE NOUVEAUX INVESTISSEURS

- Les dernières levées de fonds des enseignes

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une grille d'analyse du jeu concurrentiel inédite sur 6 marchés de référence de l'équipement de la maison et de la personne (habillement, produits de toilette et cosmétiques, articles ménagers, ameublement-décoration, jardinerie-bricolage ainsi que petit électroménager). Pour chacun d'eux, Xerfi a estimé le poids des enseignes de bazar et de déstockage par rapport aux enseignes spécialisées, notamment aux distributeurs *low cost* positionnés sur ces différents marchés (Primark, Kiko, MDA, Brico Dépôt, etc.).

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement des enseignes à petits prix. La densification des réseaux, les investissements dans les plateformes logistiques, la recherche de partenaires financiers, le virage vers le *smart discount* (modernisation de l'image de marque, renouvellement des concepts de magasins, etc.) et le recours aux dispositifs *cross canal* et au marketing digital font partie des principaux leviers de développement étudiés.

5. L'ANALYSE DU CONTEXTE CONCURRENTIEL

1. VUE D'ENSEMBLE

- Focus sur les enseignes d'achat/dépôt-vente
- Le jeu concurrentiel et l'évolution du poids des enseignes à petits prix sur 6 marchés de référence

2. LES MARCHÉS DE L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

- Le degré de concurrence sur les marchés de l'habillement et des cosmétiques

Études de cas : les « spécialistes *low cost* » Primark et Kiko

3. LES MARCHÉS DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

- Le degré de concurrence sur les marchés des articles ménagers, de l'ameublement/décoration, du petit électroménager, du jardinage et du bricolage

6. LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES PRINCIPAUX ACTEURS ET LEUR POSITIONNEMENT

- Les principaux groupes
- Le classement, les chiffres clés et le positionnement par produit des enseignes
- Le positionnement sémantique des enseignes à partir de leur slogan et les grandes caractéristiques de leur politique tarifaire
- La présence en ligne des enseignes à petits prix

2. LES FICHES D'IDENTITÉ DES ENSEIGNES DE BAZAR

- GIF
- LA FOIR'FOUILLE
- CENTRAKOR
- ACTION
- BAZARLAND
- HEMA
- TATI
- BABOU

3. LES FICHES D'IDENTITÉ DES ENSEIGNES DE DÉSTOCKAGE

- NOZ
- STOKOMANI
- MISTIGRIFF

7. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de comparer les performances de 200 sociétés du secteur à travers des fiches synthétiques (données de gestion, performances financières, positionnement sectoriel) et des tableaux comparatifs. Les données portent sur la période 2008-2015, selon la disponibilité des comptes. 90% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- ACTION
- ADEO
- BABOU
- BRICORAMA
- CENTRAKOR
- CROC'AFFAIRES
- EMOVA GROUP
- ERAM
- FUTURA TRADING
- GIF
- GROUPE OMNIUM
- GROUPE TEXTILE
- FINANCE
- HEMA
- HTM GROUP
- IKEA
- KINGFISHER
- L3F
- LA FOIR'FOUILLE
- MAXIBAZAR
- MDA DISTRIBUTION
- PECASSI
- PRIMARK
- SPM INTERNATIONAL
- STEINHOFF INTERNATIONAL
- STOKOMANI
- UBALDI
- VIVARTE
- WORLD 37

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- ACTION FRANCE
- AGORA DISTRIBUTION
- ALAIN DECLERCQ
- ALES
- APPROSTOCK
- AURILLAC DIFF
- AXEA
- BABOU
- BAZARTEK
- BIG BAZAR BETHUNOIS
- CABRY
- CAMPHE
- CAP DIFF 63
- CBN DIFFUSION
- CEDITOL
- CENTRAKOR STORES
- CHAMBERY DIFF
- CHAN
- CHLOELINA
- COIGNIERES DISTRIBUTION
- COTTERETS
- COULO
- CROC'AFFAIRES
- CTK NMS
- DANNA
- DAVID DECLERCQ
- DECORISSIMO
- DESTOCK OUEST
- DIFFUSION 89
- DISROC
- DISTRIBALARUC
- DISTRIBUTION PLEIN SUD
- DIZY
- DSDT
- DUPONT INTERNATIONAL
- ETS C.G.I
- ETS DES FILS DE J MONNIER
- ETS WILMOT RUCAR
- EURODIF
- EUROLASER
- F TARNOS
- FARO
- FORMIDABLE
- FUTURA FINANCES
- GALERIE 38
- GEPOY
- GIF
- GIF DIFFUSION
- GIF MAG
- GILODIS
- GMS
- IDEKA
- ILAN DIFFUSION
- IMAGINEA
- INTER AFFAIRES
- IPF
- JICENTRE
- JOL PARTICIPATION
- JTH
- KING BAZAR
- KING DISCOUNT
- KLB DIFFUSION
- LA BOUTIQUE
- LE MANS SUD DISTRIBUTION
- LFG DIFFUSION
- LM DIFFUSION
- LONS
- LVL2
- MALO 2000
- MAPI 07
- MAURICE BOURASSEAU
- MDO
- MEDLO
- MP 4 5
- MULTILOTS LE MANS
- NDS
- NEMAX
- NINA GROUPE VOLTAIRE
- NOIDANS
- OSL
- OUTSIDER
- PARADIS TEXTILES
- PC2M
- PRATO CORBARA
- PROMO SERVICE DIFFUSION
- PROMOTION SEPT
- RENE RUSTE
- ROC 9
- SAMOR
- SAONE ACHATS
- SARRAMIS
- SARRAZYN
- SAVIMO
- SEBLO
- SEYNOD DISTRIBUTION
- SFN
- SMJ
- SMLO
- SO GE NO
- STE PROMOTION
- SOCODIP
- SOGITHYS
- SOUPP
- STOCK DISCOUNT
- STOCK PLUS
- STOCKS INDUSTRIELS
- STOKOMANI
- SUD EST HARMONIE
- SYRONA
- THOMAS DISTRIBUTION
- TINEL
- UDIS
- VAUCLUSE DIFFUSION
- VESTITI
- VEYDIS
- VOSGES
- WILIS

(*) Liste non exhaustive

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

- ❶ Rentrez le code **7DIS45** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La distribution d'ameublement-décoration à l'horizon 2020**
6DIS93 – Septembre 2016
- **Le déstockage dans la mode**
4DIS63 – Janvier 2015

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



BONDE
COMMANDE

A retourner à :

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

Réf : 7DIS45 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

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 28/02/2018 (TVA 20,0%).

Les enseignes à petits prix

Virage du *smart discount* et menace des spécialistes *low cost* : perspectives et stratégies des enseignes de bazar et de déstockage d'ici 2018

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 800,00 € HT	1 800,00 € HT	2 200,00 € HT
1 899,00 € TTC	2 160,00 € TTC	2 640,00 € TTC



MODE DE RÉGLEMENT CHOISI

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

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607