

Communiqué de presse

Pour diffusion immédiate

La Proximité : après le Drive, le format d'avenir ?

Contexte

Les suffixes Express, City et autres Market ont fleuri sur les devantures des enseignes alimentaires, historiquement spécialistes des formats Hyper et Super. Les progressions plus qu'intéressantes des leaders du circuit y sont pour beaucoup et ont rappelé aux grands leaders de l'alimentaire qu'il y a une vie, et surtout des marges en dessous de 1.000 m². Le magasin de proximité ne peut plus se contenter d'être le « store next door » mais le magasin que l'on choisit de fréquenter au-delà du facteur distance.

Les grandes enseignes ont su également comprendre que la performance serait au rendez-vous pour autant qu'on y consacre un minimum d'énergie, de créativité et de moyens. Et de fait, le repositionnement de l'offre et la ré-conceptualisation des magasins du format a produit des effets positifs.

Face à cette remise en question des enseignes et à l'évolution des concepts du format de proximité, Parabellum Geographic Insight et Bossman Consultants ont mené ensemble une étude de grande envergure. Les 38 plus grandes agglomérations de France ont ainsi été passées au crible à travers deux modules d'analyse : le géomarketing et l'opinion des shoppers.

Le module géomarketing permettant d'apprécier la place du circuit dans l'offre commerciale et son potentiel de développement. Le module opinion shoppers visant à déterminer les attentes encore nombreuses des consommateurs et à identifier les leviers de la performance actionnable par les enseignes et les industriels sur ce format.

Contenu de l'étude

De nombreux sujets ont été analysés : maillage, performance du circuit, ranking des enseignes & des concepts, typologie des clients, avis et attentes consommateurs ...

D'une manière générale l'étude valide le fait que la proximité a véritablement évolué dans la période récente. **Saviez-vous que 40% des shoppers fréquentent leur magasin principal de proximité depuis moins de 2 ans ?**

Il y a donc un véritable bouleversement des habitudes d'achat sur le circuit. Et cela ne devrait pas s'arrêter là. Nantes, 6ème plus grande ville de France, se place seulement 30^{ème} sur 38 en densité de m² de point de vente de proximité, alors que son panier moyen à 5.481 € annuel est dans le top 3 ! **Le module géomarketing de l'étude dévoile pour chaque agglomération le maillage du circuit de proximité et met en évidence les places à prendre.**

Du côté des enseignes, les rôles sont-ils en passe d'être redistribués ? Les consommateurs placent Monoprix en tête de la fréquentation à Paris comme au niveau national mais les nouveaux concepts concurrents sont en passe de rattraper leur retard. **Le module shoppers détaille enseigne par enseigne les préférences et attentes des clients de la proximité et permet aux distributeurs et aux industriels d'affiner leur stratégie sur ce circuit.**

Et du côté de l'anecdote révélatrice de la tendance multi-canal, on note qu' ¼ des shoppers proxi interrogés affirment également faire régulièrement leurs courses alimentaires en ligne. Le « **Close or Fast** » est-il la tendance à ne pas rater pour les prochaines années ?

À propos des partenaires de l'étude :

BOSSMAN CONSULTANTS est un cabinet de conseil en développement commercial spécialiste de l'univers des biens de consommation. Depuis plus de 10 ans, le pôle Études a développé une expertise dans la compréhension des différents acteurs des circuits afin d'orienter les stratégies commerciales et marketing de ses clients. Le Club BOSSMAN organise depuis 2002 des rencontres avec les leaders des circuits de distribution pour anticiper les évolutions stratégiques et accompagner les changements. Il a permis de créer un réseau qui renforce la crédibilité du pôle Études.

PARABELLUM GEOGRAPHIC INSIGHT est un cabinet d'études de marché et de conseil spécialisé dans le géomarketing. Il accompagne ses clients dans l'analyse et la compréhension de la relation Consommateur - Points de vente et dans leur stratégie d'expansion et d'optimisation de leurs réseaux. Créée en 2008, Parabellum a obtenu le statut de Jeune Entreprise Innovante grâce à sa double expertise métier et scientifique pour apporter une nouvelle approche, la micro-géostratégie. Parabellum compte aujourd'hui 30 collaborateurs, et 5 implantations en France.

Contact presse :

Christophe Ménager
Directeur Associé

contact@bossman-consultants.com - Tél 02 40 35 08 08
www.bossman-consulting.com

Lucie Marot
Chargée Communication – Marketing – Presse
Ima@pginsight.com - Tél 02 49 62 01 84
www.pginsight.com