

Communiqué de Presse

Une rentrée des classes 2016 qui finit sur les chapeaux de roue !

22 septembre 2016

Antoine Gachet
Directeur de clientèle
T +33 01 74 18 60 84
antoine.gachet@gfk.com

Suresnes, le 22 septembre 2016. L'un des plus gros saisonniers aura causé des frayeurs à la distribution française. Alors qu'elle avait bien mal débutée, la rentrée des classes 2016 finit en léger recul valeur. Les consommateurs nous avaient habitués depuis trois ans à anticiper leurs achats dès le mois de juillet, ils se sont rués en rayon sur les dernières semaines, provoquant des phénomènes de rupture. L'Institut d'études de marché GfK délivre les résultats de la Rentrée des classes en France à partir de son panel distributeurs constitué de la totalité des 5800 Hypermarchés et Supermarchés du territoire.

Alors qu'au cours des deux dernières années le mois de juillet enregistrait une croissance soutenue, le mois de juillet 2016 affichait un recul historique du chiffre d'affaires de -12,4% sur le rayon papeterie et une baisse des actes d'achats de -15,1%.

Pour Antoine GACHET, Directeur des marchés de la papeterie chez GfK : *« Cette évolution est probablement liée à un retard d'implantation des fournitures de rentrée des classes, la distribution ayant maintenu les rayons jardin et textile plus longtemps ».*

En effet l'univers du jardin enregistrait en Juillet une croissance de +18% sur le chiffre d'affaires, le printemps maussade et pluvieux ayant contraint la distribution à prolonger le rayon pour écouler les stocks au détriment de la papeterie.

Dans son bilan intermédiaire, GfK précisait que ce début de rentrée des classes tranchait avec le dynamisme des années précédentes mais qu'il fallait relativiser cette baisse puisque les cinq premières semaines de ventes représentent un peu plus de 25% du chiffre d'affaires global généré en rentrée des classes et environ 10% de l'activité prospectus.

GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
F +33 01 74 18 72 33
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

Management
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckingger
David Krajcicek
Alessandra Cama

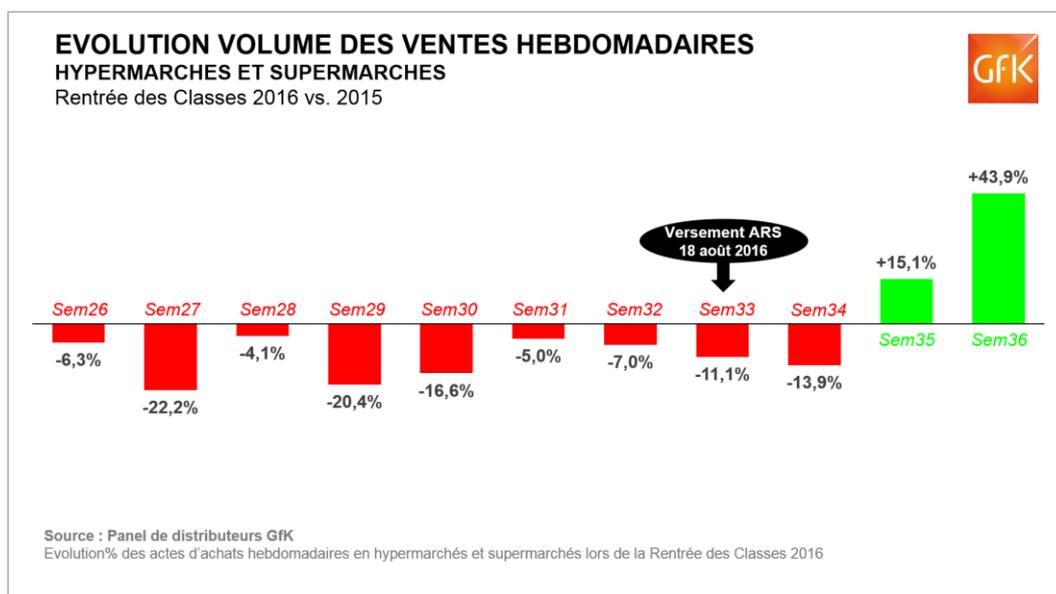
Supervisory Board Chairman
Ralf Klein-Bölting

RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Fabricants et distributeurs s'accordaient d'ailleurs à dire que le versement de l'Allocation Rentrée des Classes (ARS) à partir du 18 août allait inverser la tendance de cette rentrée des classes atypique, ce qui malheureusement n'a pas été le cas.

Sur le mois d'août, alors que l'alimentaire voyait son chiffre d'affaires progresser, le non-alimentaire enregistrait un recul de -1,8% impacté par le marché de la papeterie en recul de -7,6% en valeur et de -11% en volume.

Edouard LEFEUVRE, consultant chez GfK précise « contrairement à ce que l'on imaginait, les semaines 33 et 34 qui ont suivi le versement de l'ARS ont été négatives, avec un recul des actes d'achats respectivement de -11,1% et de -13,9% par rapport à l'an dernier ».



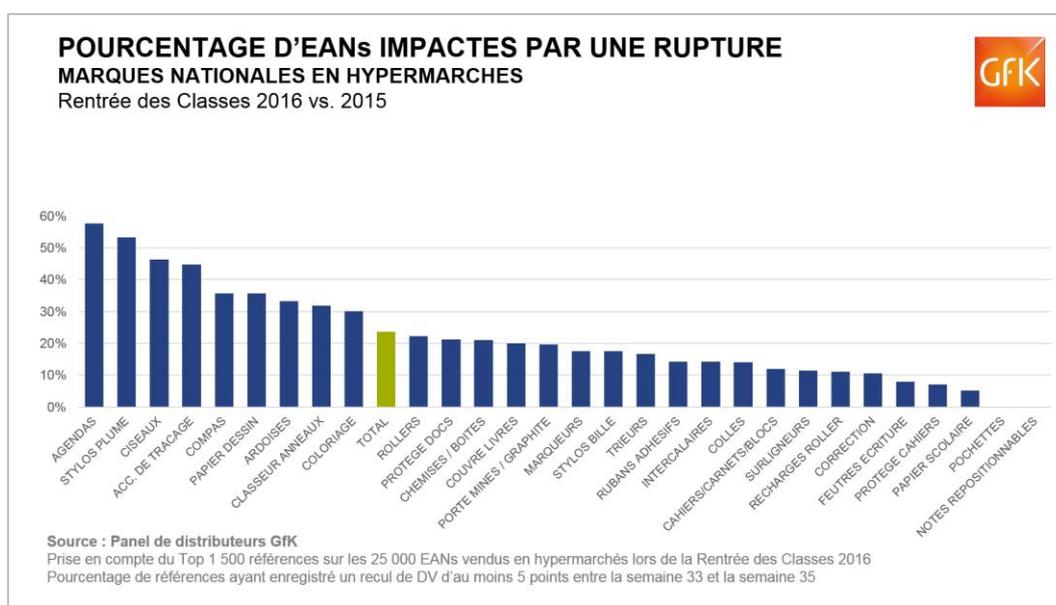
Il aura donc fallu attendre la semaine de la rentrée pour voir une amélioration, avec des ventes record sur les deux premiers week-ends de septembre, les parents ayant effectué leurs achats après la rentrée de leurs enfants.

Les deux premières semaines de septembre ont effectivement généré 25% de chiffre d'affaires supplémentaire par rapport à l'an dernier, conduisant à de nombreuses ruptures en magasin.

L'Institut GfK a mené une étude pour quantifier ce phénomène de rupture sur les 20/80 des marques nationales (références réalisant 80% du chiffre d'affaires de la rentrée des classes).

D'après Edouard LEFEUVRE, consultant chez GfK « 24% des meilleures références du marché ont connu une rupture sur les dernières semaines de la rentrée ».

D'après l'étude GfK, les principales catégories impactées par les ruptures ont été les agendas, les stylos plume et les accessoires de traçage.



Ce phénomène de rupture sur les marques nationales a particulièrement profité aux marques de distributeurs qui ont connu un regain de part de marché sur les dernières semaines.

Ces 11 semaines de ventes auront donc donné des sueurs froides aux acteurs du marché de la papeterie. Les circuits hypermarchés et supermarchés ont certes connu un recul des volumes de -4,4% et une baisse de -1,1% en valeur, mais ce recul est à relativiser car GfK note des transferts d'achats vers d'autres canaux de distribution, et ce dès le mois de juillet.

2016 confirme donc un changement de comportement des consommateurs, moins fidèles aux enseignes alimentaires pour préparer la rentrée de leurs enfants.

Antoine Gachet, Directeur des marchés papeterie chez GfK conclut :
« d'autres canaux de distribution émergent sur cette période de rentrée des classes ; nous avons enregistré des croissances à deux chiffres sur les circuits Superstores, Spécialistes culture et E-commerce. Ces circuits pèsent aujourd'hui près de 20% de la rentrée et représenteront un véritable enjeu à l'avenir ».

Note méthodologique

1/ Les catégories en fournitures scolaires :

Articles d'écriture : stylos à bille, rollers dont rollers gel et recharges, stylos à plume, cartouches pour stylos plume, feutres d'écriture, porte-mines, mines pour porte-mines, crayons graphite, marqueurs, surligneurs, feutres pour transparents, feutres de coloriage, crayons de coloriage, craies de coloriage, produits de correction, surfaces effaçables à sec (ardoises blanches).

Articles de traçage : compas, ciseaux, équerres, gommes, règles, rapporteurs, taille-crayons et sets de traçage

Articles de papier : feuilles simples, copies doubles, cahiers, blocs, agendas, papier dessin, papier technique, manifolds

Articles de classement : classeurs à anneaux et à levier, pochettes perforées et pochettes coin, intercalaires, chemises, boîtes de classement, boîtes d'archives, trieurs, protège-documents, protège-cahiers et rouleaux de protection

Articles d'adhésifs : colles de papeterie, rubans adhésifs, notes repositionnables

2/ Période étudiée pour la rentrée des classes :

L'analyse comporte 11 semaines (semaines 26 à 36). C'est-à-dire de la première semaine de juillet jusqu'à mi-septembre.



A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK_en

Contact Presse

GfK
Service de Presse
40 rue Pasteur
92156 Suresnes - France
www.gfk.com/fr

[LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [YouTube](#) | [G+](#)