

Communiqué de presse

Paysage de la distribution en Europe : la situation s'améliore dans les pays en crise

20 juillet 2015

Raphaël Couderc
Service de Presse
T : +33 1 7418 6157
raphael.couderc@gfk.com

Etude GfK sur la distribution dans 32 pays européens.

Suresnes, le 20 juillet 2015 – L'Institut d'études et d'audit marketing GfK a conduit une analyse du paysage de la distribution dans 32 pays européens. Dans son étude, le leader mondial de la mesure de la consommation de biens et services non alimentaires examine le pouvoir d'achat, la part du commerce de détail dans les dépenses totales de la population, l'inflation, la productivité des surfaces de vente, les mutations provoquées par le e-commerce et partage ses projections pour l'année 2015.

Pouvoir d'achat : Un total d'environ 7 750 milliards d'euros était disponible pour les dépenses et l'épargne des consommateurs dans les 28 pays de l'Union Européenne en 2014. Cela correspond à un pouvoir d'achat par personne de 15.360 €, ce qui représente une augmentation d'environ 2,5% comparé à 2013. Mais il reste en Europe un écart important dans la prospérité : alors que la Norvège a un revenu disponible par habitant de 30.560 €, la Bulgarie n'a que 3.097 €, soit environ un dixième de la moyenne norvégienne. En France, avec 19.643 € de pouvoir d'achat par personne, soit +0,4 % par rapport à l'année dernière, les citoyens français se situent à environ 1,5 fois au-dessus de la moyenne européenne

Prévision de chiffre d'affaires : La croissance du commerce en ligne exerce une pression croissante sur la distribution physique partout en Europe. GfK ne prévoit qu'une croissance modérée pour le commerce de détail physique, de seulement 0,5% en 2015, au sein des 28 pays de l'Union européenne. Ce taux progresse légèrement, à 0,8%, si GfK intègre les 32 pays évalués. Parmi les meilleures croissances, on trouve à nouveau la Roumanie (+5.1%) et les pays baltes (entre +4% et +5%). En 2014, la Distribution a retrouvé un peu plus de stabilité dans les pays d'Europe du Sud même si le chiffre d'affaires des Distributeurs va à nouveau reculer en Grèce. Sur la base des données économiques 2015, le repli devrait se situer aux alentours de -1%

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 Board GfK SE
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausrucking
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahlert

RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Part du commerce de détail dans la consommation privée : La part du commerce de détail dans la consommation privée est à nouveau descendue dans l'Union européenne (UE28) à 30,9% en 2014 (31,2% en 2013 et 31,4% en 2012). Cette variation a été influencée par deux facteurs clefs ayant des effets contradictoires : premièrement, la chute des prix du pétrole

à la mi-2014, qui provoqua une baisse des coûts de l'énergie et du carburant ; et deuxièmement, une tendance déjà prononcée vers des dépenses de plus en plus importantes en logement, soins de santé et divertissement. Ces dépenses se traduisent par des arbitrages budgétaires qui jouent contre la consommation de détail et supplantent au final l'effet court-terme de la baisse des prix du pétrole.

Inflation : Les prix à la consommation ont grimpé modérément en 2014 (+0,6%), et un taux d'inflation de seulement 0,2% est prévu d'ici la fin de l'année. Pour 2015, la Commission européenne attend même des tendances déflationnistes dans certains pays, avec les effets les plus marqués orientés en Espagne et en Suisse à -1 % chacune. Les plus forts taux d'inflation se trouveront encore une fois en Turquie (+6,3%) et en Russie (+6%). À cause de la faible inflation, le cabinet GfK prévoit une stabilité du chiffre d'affaires généré par la distribution physique en 2015.

Productivité des surfaces de vente : Au sein des 28 pays de l'Union européenne, la productivité des surfaces de vente a grimpé de 0,6% jusqu'à environ 4 100 € par m². Le Luxembourg, la Suisse et les pays scandinaves forment à nouveau en 2014 le haut de la liste avec la plus haute productivité des surfaces de vente. Les pays avec la plus basse productivité des surfaces de vente se trouvent en Europe de l'Est et du Sud-Est. Grâce au développement positif du chiffre d'affaires dans la majorité de ces pays, la productivité globale des surfaces de ventes y a néanmoins augmenté en 2014. En position intermédiaire, La France se trouve, avec l'Irlande et la Finlande, dans une fourchette comprise entre 5.000 et 5.500 € par m².

Adaptation à l'e-Commerce: GfK observe que la productivité des surfaces de vente est de plus en plus sous pression en Europe du Nord et du Sud, particulièrement en Allemagne, en France et en Grande-Bretagne. La principale raison est le glissement de chiffre d'affaires vers le commerce en ligne dans de nombreuses catégories de produits. Bien que l'e-commerce soit une dynamique significative en Europe de l'Est, ses effets n'ont pas encore un fort impact parce que les volumes de transactions sur Internet sont comparativement faibles. La Pologne est un exemple parfait. En comparaison, dans les marchés matures comme l'Allemagne, des marchés comme le textile ne se développent plus comme auparavant. Dans le même temps, le nombre de centres commerciaux planifiés ou en construction diminue, ce qui est à la fois une cause et une conséquence de l'achat en ligne.

Selon le Dr Gerold DOPLBAUER, expert de la Distribution chez GfK et directeur de l'étude : « *L'économie européenne a pris un nouvel élan. Une demande domestique supérieure ainsi qu'une compétitivité extérieure, particulièrement dans des pays affaiblis économiquement, peuvent contribuer à une croissance plus équilibrée et durable au bénéfice du commerce de détail. Bien que cette évaluation très globale soit positive, la situation varie fortement au niveau régional* »

Téléchargez les illustrations en HD www.gfk.com/Documents/Press-Releases/2015/european-retail.zip

A propos de l'étude

Les indicateurs GfK suivants (pouvoir d'achat, prévision de chiffre d'affaires et part du commerce de détail dans la consommation privée) ont été évalués pour un total de 32 pays européens. Les calculs de chiffre d'affaires et de pouvoir d'achat ont été effectués en euros sur la base du taux de change moyen 2014 (comme indiqué par la BCE).

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

Contact Presse

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

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

Raphaël Couderc
Tel. +33 (0) 1 74 18 61 57
Mob. +33 (0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com