

Communiqué de presse

Une rentrée des classes 2015 dynamisée par les nouveautés

Le 22 septembre 2015

Raphaël Couderc
T +33 (0)1 74 18 61 57
raphael.couderc@gfk.com

Suresnes, le 22 septembre 2015 - L'Institut d'études de marché GfK délivre le bilan de la rentrée des classes 2015 en France à partir de son panel de distributeurs constitué de la totalité des 5800 Hypermarchés et Supermarchés du territoire. Les observations portent sur les 11 semaines d'activité, entre le 29 juin et le 13 septembre 2015, qui représentent 50% du chiffre d'affaires annuel du rayon.

Comme l'avait déjà mesuré GfK sur les toutes premières semaines de vente, la croissance valeur se confirme pour la deuxième année consécutive, générant 488 Millions d'euros de chiffre d'affaires (+1,8% vs 2014) et en léger recul volume (-1,3% vs 2014) avec un peu plus de 200 millions d'actes d'achat réalisés pour le marché français de la rentrée des classes.

Tous les univers de produits (écriture, papèterie, colles et adhésifs, accessoires de traçage) ont bénéficié de cette croissance. **Pour Clémentine BERAUD, consultante chez GfK :** « *L'univers de l'écriture reste néanmoins le plus dynamique puisque cette croissance valeur s'est aussi accompagnée d'une croissance volume* ».

Côté distribution, malgré quelques implantations plus tardives que l'an dernier, l'année 2015 aura été un bon cru. Les distributeurs ont proposé cette année des services additionnels pour faciliter le quotidien des parents avec notamment l'achat de la liste scolaire en ligne et le click & collect.

Côté fabricant, l'innovation constitue toujours un vecteur de croissance indiscutable. Les marques nationales ont profité de cette période phare pour lancer des nouveaux produits.

Avec des actes d'achats en hausse pour les marques nationales (+1,7% vs 2014), les consommateurs ont privilégié l'achat plaisir au détriment des produits de marques distributeurs (recul des actes d'achat de -4,7% vs 2014).

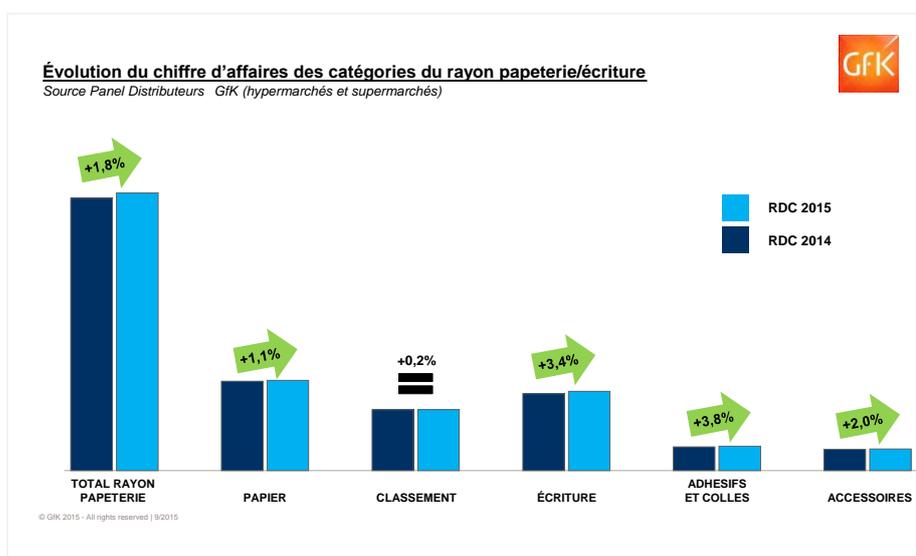
GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

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

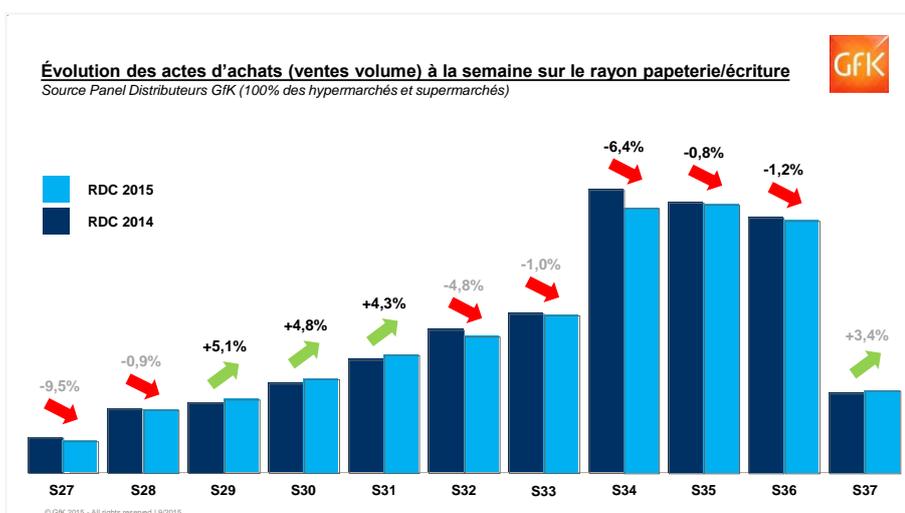
Management Board GfK SE
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausrucking
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahler
RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Edouard LEFEUVRE, consultant chez GfK affirme que « 100% de la contribution de la croissance valeur était liée à des nouveautés vendues en 2015 ».



Même si 50% des ventes de la rentrée des classes sont réalisées post-versement de l'allocation rentrée scolaire (ARS), le cabinet GfK enregistre de fortes croissances des achats dès la troisième semaine de juillet témoignant d'une volonté des ménages d'anticiper leurs achats.

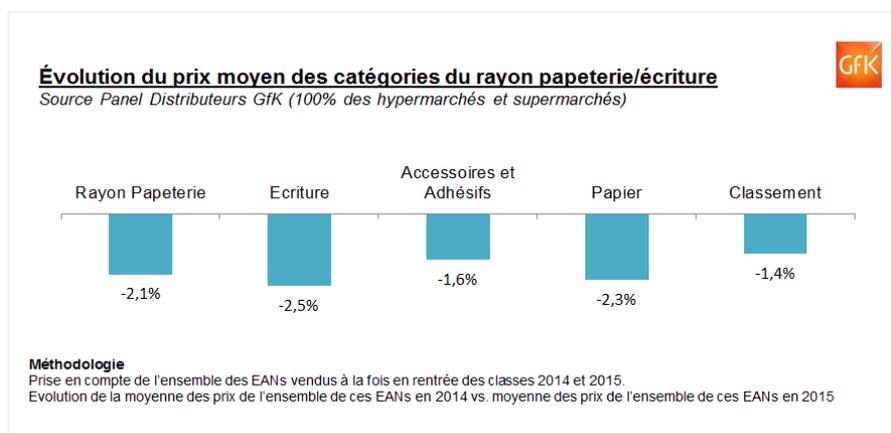


Quant à l'inflation, l'Institut GfK a décidé cette année de lancer une étude sur plus de 23 000 références vendues en 2014 et en 2015.

Le résultat est sans appel : la moyenne des prix de vente des produits présents sur ces deux années est en recul de -2,1%.

Ce constat est vrai à la fois pour les marques de distributeurs (prix stable sur 5000 références analysées) et les marques nationales (prix en baisse sur 18 000 références).

« C'est donc bien le mix produit qui valorise le marché et non une augmentation des prix des références » indique **Antoine GACHET, Directeur de Clientèle chez GfK.**



N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information **comme pour l'organisation d'un entretien téléphonique avec un porte-parole des panels de distributeurs Stationery chez GfK.**

Précisions méthodologiques

S'appuyant sur ses panels de distributeurs, GfK collecte, analyse et enrichit les données de ventes réelles dans plus de 100 pays à travers le monde. Cette méthodologie positionne GfK comme le numéro 1 mondial du suivi et de l'analyse des ventes des biens et services non-alimentaires.

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, cis-seaux, équerres, gommages, règles, rapporteurs, taille-crayons et sets de traçage)

Article de papier (feuilles simples, copies doubles, cahiers, blocs, agendas, papier dessin, papier technique, manifolds) Article 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)



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
40 rue Pasteur
92156 Suresnes
France
Raphaël Couderc
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com