

UTB Chalon Géopolitique

Malaise dans le secteur des Hypermarchés alimentaires

Mini synthèse des documents mis sur le site UTB

Avec le fort accroissement de la population urbaine depuis le début des années 60, une forte demande de distribution efficace et rapide des produits apparaît, d'autant plus que le revenu des ménages progresse

Il s'agit d'écouler les produits le plus vite et le plus facilement possible la réponse est l'hypermarché avec la conception française «tout sous le même toit» épicerie, TV, son, électroménager, carburants,....

Un Hypermarché est un magasin d'une surface de vente minimum de 2500 mètres carrés, avec un parking voitures gratuit

Le volume des ventes permet de s'adresser directement aux industriels en court-circuitant les grossistes ce qui génère une baisse des prix d'environ 20%

Avec ces avantages la réussite de format hypermarché est rapide. Toutes les enseignes ouvrent partout des hypermarchés à la périphérie des zones urbaines

Le centre-ville est trop cher pour être rentable et sauf exception il n'y a pas de place disponible}

Les magasins de détail classiques en ville ne peuvent résister à cette concurrence, ils disparaissent (en 1960 ils assuraient 80% des ventes de détail}

60 ans plus tard, on parle de mal aise, voire de fermeture, d'hypermarchés

Que se passe-t-il ?

L'engouement a été tel, que l'offre de surfaces de vente est trop élevée Le gigantisme de certains n'attire plus. Les clients se perdent, voire ressentent du stress, pour trouver le rayon des produits désirés Les supers marchés se sont regroupés, les écarts de prix existent encore mais diminuent.

De nouvelles techniques de ventes apparaissent : internet, la livraison à domicile, le hard-discount ou de nouvelles habitudes : le snacking le personnel n'est pas formé à la vente, sa mission est surtout la mise en rayon. La logistique de distribution est réussie, mais ce n'est pas du commerce surtout, les hypers n'ont pas vu(ou voulu voir) venir la paupérisation de la classe moyenne qui est le socle sur lequel ils ont construit leur développement On assiste à une perte dans la confiance que les consommateurs avaient mises

dans ce format de magasins. Pour la retrouver et diminuer et les couts de gestion, les sociétés mères procèdent a des mises en gérance de leurs hypers

Cependant quelques enseignes apparaissent dans le top 10 de satisfaction des clients : le Grand Marché, Picard, Leclerc

Tous les Hypermarchés ne disparaîtront pas, mais ils doivent d'urgence se transformer en prenant en compte les souhaits des consommateurs

En auront-ils le temps?

Lire les documents mis en ligne sur le site UTB