

Commerce. La grande distribution en pleine révolution

Modifié le 23/01/2018 à 11:38

Écouter



La grande distribution classique cherche sa voie face aux sites spécialisés du e-commerce. | Marc OLLIVIER



Lire le journal numérique

Par Carine JANIN.

Recul des hypermarchés, développement du e-commerce, explosion des drives, des magasins de proximité, arrivée de Costco... Les enseignes traditionnelles sont contraintes de se réinventer.

Carrefour va supprimer 2 400 postes. Une mesure prise dans le cadre du « **plan de transformation** » du géant français. En cause ? La fin de l'ultra-dominance des hypermarchés... Internet change la donne et les besoins des consommateurs, plus exigeants, évoluent. « **On entre dans une nouvelle ère de consommation, où cohabitent divers circuits et formats de magasins** », explique Alexandre Bres, expert au cabinet de conseil Accenture.

Le modèle classique fragilisé

Supermarchés, hypermarchés, hard-discount... « **Longtemps ultra-puissantes, voire omnipotentes, jamais les enseignes classiques de la grande distribution n'ont été à ce point fragilisées** », constate Olivier Dauvers, spécialiste de la grande distribution.

Les hypers sont particulièrement touchés. Ces gros magasins de plus de 2 500 m², parfois jusqu'à 20 000 m², restent les champions de la grande distribution. Ils accaparent « **encore 50 % des parts de marché** », affirme Alexandre Bres.

Mais ils s'essouffent, particulièrement les parties non alimentaires (culture, vêtement, etc.), qui subissent de plein fouet la concurrence de sites Internet spécialisés. Développement de la cave à vin, de la zone « marché », de la parfumerie... Chacun cherche sa voie. D'autres font le choix de réduire leur surface de vente, explique Olivier Dauvers. Casino, par exemple, a réduit celle de ses hypers de 2 %.

Lire aussi : [Investissement. Conforama et Ikea font leur révolution](#)

La révolution du e-commerce

L'arrivée d'Internet et de « *pure players* », comme l'ogre américain Amazon ou le chinois Alibaba, ont bouleversé la donne et hystérisé la concurrence en faisant naître une foultitude de nouveaux services. Fin septembre, la rumeur prêtait même à Amazon l'intention de racheter Carrefour. Rien de concret, mais cela avait suffi à doper les titres Casino et Carrefour.

Les enseignes traditionnelles ont été contraintes de se transformer. « **Aucune enseigne, aujourd'hui, ne peut faire l'économie d'une offre sur le Web** », dit Olivier Dauvers. C'est bien intégré. Le nombre de *drive* est passé d'une centaine, en 2010, à plus de 4 000 aujourd'hui. « **Amazon a le leadership sur l'offre non alimentaire. Mais le leader français de l'alimentaire sur le Web, c'est Leclerc, devant Auchan.** »

Retrouvez notre dossier [e-commerce](#)

La vente en ligne ainsi que la livraison à domicile deviennent des services incontournables. Amazon avance à grands pas. Il fait trembler ses concurrents avec ses livraisons en un jour, voire en une heure à Paris, ou avec sa livraison de produits frais Amazon Fresh, lancée à Londres, Tokyo ou Berlin. Il place la barre haut. Cela impose aux distributeurs d'implanter des entrepôts dans de nouveaux lieux stratégiques, pour pouvoir livrer au plus vite.



La grande distribution classique cherche sa voie face aux sites spécialisés du e-commerce. | Ouest-france

Les nouveaux arrivants

Des supermarchés de produits locaux, des réseaux comme La Ruche qui dit oui, des magasins bio... Et le géant Costco qui débarque. Le secteur de la distribution voit arriver des offres alternatives, qui correspondent aux envies d'un consommateur en mutation, qui a « **accès à tout, partout, tout le temps** » et qui mixe de plus en plus achats physiques et en ligne. Il butine davantage, fait un bout de courses ici, un autre là. « **Sa consommation est plus fractionnée** », analyse Alexandre Bres.

Lire aussi : [Costco, le magasin XXL américain débarque en France](#)

En ville, les magasins de proximité pullulent : ils sont une aubaine pour les courses « **de dépannage** ». Mais à force de mailler le territoire, les distributeurs l'ont « **saturé** », constate le spécialiste.