Avenir de la grande distribution alimentaire

23 novembre 2009

Dans leur étude intitulée «**Quel avenir pour la grande distribution alimentaire ?**», les experts d'Euler Hermes examinent l'état de santé de ce secteur en France. Selon eux, la crise a un impact plus important que l'on ne croit sur le grand commerce alimentaire dont la rentabilité s'effrite. En effet, contraints de réaliser d'importantes baisses de prix pour pouvoir maintenir leurs volumes de ventes, la crise remet en cause le business model des distributeurs.

Par ailleurs, il y a eu une accélération des changements dans le comportement des consommateurs qui vont modifier durablement leur rapport à la consommation. Celle-ci fera de plus en plus la part belle aux services, au détriment des achats de biens physiques. En conséquence, les distributeurs français doivent adapter leur offre à cette évolution et développer les services (télécoms, services financiers, crédits à la consommation, etc..), comme ont pu le faire les distributeurs britanniques ces dernières années.

Le communiqué de presse