

L'avenir est à la proximité dans la distribution ?

2 juillet 2012

D'après l'étude *Proximité* menée par le cabinet Parabellum Geographic Insight, en partenariat avec Bossman consultants, sur les 38 plus grandes agglomérations françaises, aux côtés du drive, **la proximité semble un format d'avenir pour la distribution**. En effet, les suffixes Express, City et autres Market ont fleuri sur les devantures des enseignes alimentaires, historiquement spécialistes des formats hyper et super.

Bien que son essor soit moins visible que celui du drive, la distribution de proximité emploierait plus de 35.000 salariés en France. **Sa croissance tendrait à s'amplifier dans les prochaines années**, mais on constate également une tendance au multi-canal : **un quart des consommateurs interrogés affirment également faire régulièrement leurs courses alimentaires en ligne**.

Source : agro-media.fr