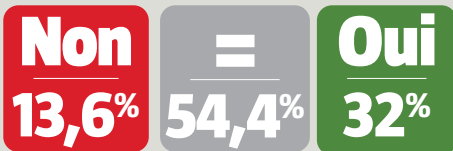


Avec

DISTRIPUS

Le spécialiste de l'outsourcing commercial

Trouvez-vous les tarifs des industriels bien construits ?



Non "Nous sommes trop chers comparés à nos voisins allemands"
déclarent les sondés de la région Est

Non "Les MDD sont moins chères à produits comparables"
déclarent les sondés de Paca et du Sud-Ouest

Non "Il y a très peu de risque de contrôle de la DGCCRF à ce sujet"
déclarent les sondés de la région parisienne et du Nord

= "Les tarifs ne sont pas gérés à notre niveau"
déclarent les sondés de la région Est

Oui "Oui, de manière générale, sauf si on compare avec les MDD"
déclarent les sondés de la région Nord

Oui "Oui, mais avec un bémol sur les soins du visage et les produits agroalimentaires"
déclarent les sondés de la région parisienne

Oui "Tous les tarifs sont en train de passer au net, net, net. Ils sont donc plus faciles à gérer"
déclarent les sondés de la région Est

Ci-dessus la réponse de 1104 chefs de rayon en grandes surfaces interrogés par Distriplus du 2 au 6 mars 2009.
Nombre de PdV interrogés : Auchan : 80 / Boulanger : 10 / Bureau Vallée : 30 / Carrefour : 180 / Carrefour Market : 18 / Champion : 280 / Cora : 43 / Fnac : 14 / Géant : 42 / Leclerc : 212 / Monoprix : 70 / Système U : 125

DISTRIPUS



Brigitte Burman, fondatrice de Distriplus, propose depuis 10 ans des forces de vente, supplétives ou permanentes, aux industriels de la grande consommation – des grands comptes comme des PME – qui souhaitent dynamiser leur chiffre d'affaires tout en optimisant leur retour sur investissement.
www.distriplus.org

Seconde main | Etude Precepta

L'occasion ne connaît pas la crise

Une partie du marché de l'occasion échappe aux circuits formels de vente et fait l'objet de transactions dans le cadre de brocantes ou vide-greniers. Toutefois, l'offre d'intermédiation est en hausse et permet aux vendeurs potentiels de toucher un plus large public, s'appuyant sur les petites annonces, les magasins de dépôt-vente et d'achat-vente, commerces traditionnels de la vente d'occasion et internet. Les réseaux constitués les plus importants en termes de points de vente sont Troc.com, La Caverne des Particuliers, La Trocante ou Cash Express. Internet a changé la donne dans la distribution de biens d'occasion. La généralisation de la vente entre particuliers (CtoC) a entraîné de nouvelles perspectives pour les vendeurs potentiels. Le succès des sites spécialisés, eBay et PriceMinister en tête, atteste la généralisation de cette pratique dans la population. Des opérateurs de petites annonces (*Paru Vendu*) ou dépôts-ventes (Troc.com) ont d'ailleurs ouvert des sites marchands en 2008. Quels sont les déterminants du marché des biens d'occasion ? Sa principale particularité est la nature de l'offre : celle-ci provient des consommateurs eux-mêmes. L'analyse de ce marché doit en premier lieu répondre aux deux questions suivantes : pourquoi vendre ses biens et pourquoi acheter d'occasion ? Si la première question a de multiples réponses (renouvellement ou obsolescence de l'équipement, besoin de

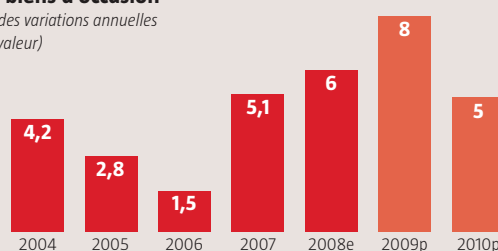
liquidités), la seconde tient à des questions financières. L'achat d'un bien d'occasion est motivé principalement par des soucis d'économie. Les questions de pouvoir d'achat entrent donc en première ligne dans les déterminants du marché.

Un contexte favorable

Et celles-ci tendent à banaliser les comportements de recherche de bonnes affaires, qui sont autant d'axes sur lesquels communiquent les spécialistes des biens d'occasion. Autre tendance reprise par ces derniers : le recyclage des objets, qui consiste à les mettre en vente au lieu de les jeter. Les places de marché en ligne mettent en avant l'idée que la résonance donnée par internet permettra de toucher la personne intéressée. Vendre ses biens d'occasion peut alors être assimilé à un refus du gaspillage. L'activité des magasins spécialisés dans ce marché va croître à un rythme soutenu à l'horizon 2010. Le secteur bénéficiera d'un contexte favorable en raison de la hausse de la sensibilité au prix de consommateurs décomplexés vis-à-vis de l'achat d'occasion et d'une croissance du nombre de points de vente des réseaux de dépôt-vente (Troc.com, La Caverne des Particuliers...) et d'achat-vente (Eurocash, Cash Converters...). Leur potentiel de croissance est significatif : aucune de ces enseignes (sauf Troc.com) ne dépasse les 100 magasins. ● Vincent Desruelles, chargé d'études chez Precepta

Chiffre d'affaires des spécialistes de la distribution de biens d'occasion*

(% des variations annuelles en valeur)



* Réseaux physiques uniquement : dépôt-vente et achat-vente
(Source : Xerfi d'après Greffes des tribunaux de commerce.)

Le marché de la distribution de biens d'occasion est estimé à un peu plus de 5 Md€. Selon l'étude Precepta, publiée en décembre 2008, l'activité des points de vente spécialisés dans la vente de biens d'occasion va croître à un rythme soutenu à l'horizon 2010.