

# Sommaire de VIGIE GRANDE CONSO n°329 du 4 septembre au 3 octobre 2018

## SIGNAUX ÉCO & CONSO

<b>CONJONCTURE</b>	2019 : le pouvoir d'achat au secours de la consommation	4
<b>CONSUMMATION</b>	Les fins de mois difficiles des Français	5
<b>ÉTUDE</b>	Logistique : le grand enjeu de l'espace perdu	6
<b>ÉTUDE</b>	Le bio en hypers : peut encore mieux faire !	7
<b>CONSUMMATION</b>	Le non-alimentaire plombe toujours les GSA	8
<b>TENDANCE</b>	Demain, tous flexitariens ?	8
<b>DIGITAL</b>	Les services drives pas si critiqués que ça...	9
<b>CIRCUITS</b>	Le drive poursuit sa croissance sans recruter au-delà de son cœur de clientèle	10

## RETAIL FRANCE

<b>EXCLUSIF</b>	Les enseignes françaises à l'épreuve du click & collect	12
<b>RÉGLEMENTATION</b>	Ce que va changer la nouvelle règle "SRP + 10"	13
<b>DRIVE</b>	Carrefour armé pour surperformer durablement le marché	14
<b>DRIVE</b>	Leclerc atteindra 3 Mds€ de CA drive en 2018 (mais des signaux négatifs s'allument...)	16
<b>PRIX</b>	Cora : les effets de l'alliance avec Carrefour sur le pricing	17
<b>E-COMMERCE</b>	Monoprix a pignon sur web chez Prime Now	18
<b>E-COMMERCE</b>	Amazon s'adjuge 1,6 % du marché alimentaire	19

## RETAIL WORLD

<b>STRATÉGIE</b>	Aldi Nord, une transformation vertueuse	21
<b>ACHATS</b>	Les limites de l'alliance Carrefour-Tesco	22
<b>STRATÉGIE</b>	Walmart rebat les cartes à l'international	23
<b>USA</b>	Le drive trace sa route	24

<b>RETAIL INSIDE</b>	Decathlon ( Amiens, Béthune - 62)	26
----------------------	-----------------------------------	----