

Sommaire de VIGIE GRANDE CONSO n°333 du 8 janvier au 12 février 2019

SIGNAUX ÉCO & CONSO

CONJONCTURE	La consommation toujours engluée dans un faible rythme de croissance...	4
CONJONCTURE	... mais 2019 devrait marquer une amélioration de la conso	5
ÉTUDE	Réassurances : le consommateur cherche avant tout des bénéfices personnels	5
ASSORTIMENT	Les marques en quête de confiance (et de relance)	6
URBANISME COMMERCIAL	Les autorisations de surfaces commerciales toujours en berne	7
COMMERCE SPÉCIALISÉ	Les Gilets jaunes ont poussé un peu plus le curseur dans le rouge	8
ÉTUDE	La proxi pâtit de l'essor des commerces "de précision"	9
PRIX	2019, la nouvelle ère (déjà connue)	10

RETAIL FRANCE

POLITIQUE COMMERCIALE	Hausse de prix post-EGA : évidemment plus importante qu'annoncée	12
CIRCUITS	Drive : Leclerc conforte son leadership, Carrefour sur le podium	13
COMMUNICATION	Lidl ralentit, Leclerc accélère	15
RÉSULTATS 2018	Pénalisé par les effets de change, Carrefour repasse sous les 85 Mds de CA	16
CIRCUIT	Carrefour : du cost-killing pour sauver les hypers	17
RÉSULTATS 2018	Système U, toujours en croissance	18
RÉSULTATS	En France, Casino fait mieux que Système U et Leclerc	19
RÉSULTATS	Cdiscount avance sur tous les fronts	20
POLITIQUE COMMERCIALE	Leclerc / Intermarché : les siamois de la déflation MDD	21
E-COMMERCE	Comment la marketplace détruit l'image-prix d'Amazon	22
PROMOTION	Les enseignements de foires aux vins décevantes	23

RETAIL INSIDE	Stew Leonard's (Danbury, CT- USA)	24
----------------------	-----------------------------------	----

RETAIL WORLD

CLASSEMENT	Top 50 du retail mondial : six groupes à plus de 100 Mds\$	26
ÉTATS-UNIS	Amazon : une croissance en pleine mutation	28
RÉSULTATS	Ahold-Delhaize sur les rails	29
ROYAUME-UNI	Ocado bientôt rentable avec ses nouveaux partenaires B2B ?	30