

# Sommaire de VIGIE GRANDE CONSO n°337 du 9 mai au 4 juin 2019

## SIGNAUX ÉCO & CONSO

<b>CONJONCTURE</b>	Les Français, indécrottables pessimistes	4
<b>POUVOIR D'ACHAT</b>	Un Français sur deux a des difficultés à boucler ses fins de mois	5
<b>PROMO</b>	Les départements les moins riches sont les plus gourmands en promos	6
<b>TENDANCE</b>	Nouvelle année record pour le commerce équitable	7
<b>INFOS NUTRITIONNELLES</b>	Pourquoi Yuka fait un carton ?	8
<b>ENQUÊTE</b>	2 Français sur 5 ont du mal à concilier alimentation saine et contrôle des dépenses	8
<b>E-COMMERCE</b>	Tous les indicateurs sont au vert	9

## RETAIL FRANCE

<b>ASSORTIMENT</b>	Retour des MDD : c'était écrit !	11
<b>CIRCUIT</b>	Ça roule toujours pour le drive	12
<b>STRATÉGIE</b>	Les drives piétons commencent à se faire un nom	13
<b>PERFORMANCE</b>	Le drive pèse 2,4 % du CA des magasins Intermarché équipés	14
<b>STRATÉGIE</b>	Rallye / Casino : 3 scénarios (parmi d'autres)	15
<b>MARCHANDISES</b>	Pourquoi Auchan a stoppé le déploiement de ses nouveaux premiers prix...	17
<b>SPORT</b>	Decathlon fait les frais de sa politique marchandises	18
<b>CONCURRENCE</b>	Prix : Stokomani fait nettement mieux que les hypers/supers	19
<b>CONCEPT</b>	Auchan : combien d'hypers sont vraiment "cornérisables" ?	20

### RETAIL INSIDE

Exito Wow (Bogota, Colombie)	22
------------------------------	----

## RETAIL WORLD

<b>E-COMMERCE</b>	Lidl à l'assaut de la toile	24
<b>RÉSULTATS</b>	Lidl conforte sa position dans le Top 5 du retail mondial	25
<b>RESTRUCTURATION</b>	Auchan quitte l'Italie et le Vietnam	26