

BAROMÈTRE 2023 DES DIRIGEANTS DU COMMERCE

Bilan et perspectives sur la distribution et la grande consommation en France

Octobre 2023

A business of Marsh McLennan

CONFIDENTIALITÉ

Les industries de nos clients sont très compétitives et le maintien de la confidentialité en ce qui concerne les projets et données de nos clients sont critiques. Oliver Wyman applique rigoureusement des pratiques internes de confidentialité afin de protéger la confidentialité des informations de nos clients.

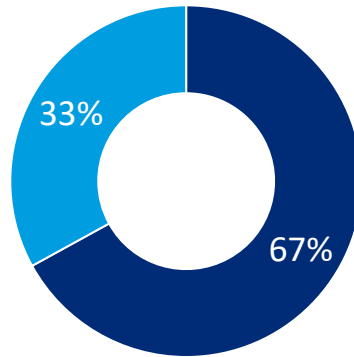
De même, notre industrie est très compétitive. Nous considérons nos démarches et idées comme étant propriétaires et comptons sur nos clients pour protéger nos intérêts dans le cadre de nos propositions, présentations, méthodologies et techniques analytiques. En aucun cas ces documents et leur contenu ne doivent être partagés avec un tiers sans l'accord préalable écrit d'Oliver Wyman.

© Oliver Wyman

EN JUIN 2023, OLIVER WYMAN A SONDÉ LES DIRIGEANTS DU COMMERCE FRANÇAIS SUR LES PRINCIPAUX ENJEUX DU SECTEUR

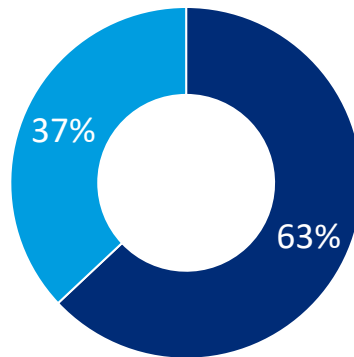
OLIVER WYMAN A INTERROGÉ...

78
INDUSTRIELS



■ Alimentaire
■ Non-alimentaire

72
DISTRIBUTEURS



... SUR:



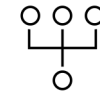
La situation du Commerce en France



Les perspectives économiques, politiques & réglementaires



Les relations commerciales



Les opérations de leurs entreprises



Le digital & et le e-commerce



La responsabilité sociale & environnementale

SENTIMENT GÉNÉRAL

65%

des répondant projettent une croissance positive de leur entreprise pour 2023

MAIS

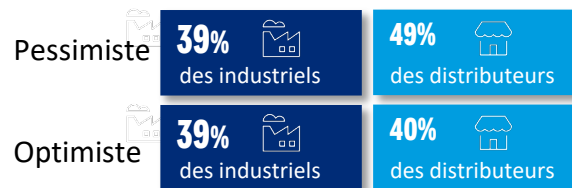
48%

des industriels et des distributeurs projettent une diminution de leur marge

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

SENTIMENT GÉNÉRAL

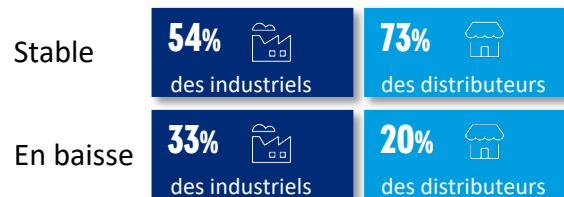
- Les proportions de dirigeants du commerce **pessimistes** ou **optimistes** quant à l'évolution du secteur en France en 2023 sont équivalentes



- Les dirigeants sont unanimes et projettent généralement une **croissance nulle** ou **légèrement positive de leur entreprise en 2023**



- Les dirigeants prévoient majoritairement une **stabilité de leur marge** et une **part plus importante des industriels prévoit une baisse**



PRINCIPAUX ENJEUX EN 2023

- L'**inflation est l'enjeu le plus important pour les dirigeants en 2023**, suivi par d'autres enjeux de nature **économique, politique et réglementaire**, les **sujets opérationnels & commerciaux** (surtout pour les industriels), et les nouveaux modes de consommation liés aux enjeux environnementaux (surtout pour les distributeurs)

ECONOMIE, POLITIQUE ET LOIS

- L'**inflation** est un sujet clé de préoccupation partagé par les distributeurs & les industriels, ainsi que les fluctuations de **régulations**

Niveaux d'inflation attendus :



DIGITAL & E-COMMERCE

- La transformation **digitale** montre un résultat positif en 2023, notamment la **fidélisation plus importante des clients**, l'**amélioration du ciblage marketing clients**, et l'**amélioration de l'image de l'enseigne** et du trafic magasin et e-commerce (distrib)

RELATIONS COMMERCIALES

- Les relations entre les industriels et les distributeurs se sont dégradées par rapport à l'année dernière et sont plus tendues
- L'utilisation de la data et la gestion des stocks et d'approvisionnement sont les deux axes à améliorer

RSE

- Le niveau de maturité sur la **neutralité carbone** est nettement supérieur chez les distributeurs

Maturité élevée calcul empreinte CO2:



OPÉRATIONS

- Le niveau de ressources et les compétences en interne sont les 1^{er} frein à l'omnicanalité pour les industriels, vs. les systèmes IT inadaptés pour les distributeurs
- La **transformation des opérations, de la logistique et de l'IT** est clé dans le contexte d'évolution actuel

LES CONSOMMATEURS

- Recul du bio au profit du local, les consommateurs ne sont pas prêts à payer l'écart de prix engendré par le respect de l'environnement
- Malgré cela, la transition écologique a été enclenchée

Maturité élevée Transition Ecologique :

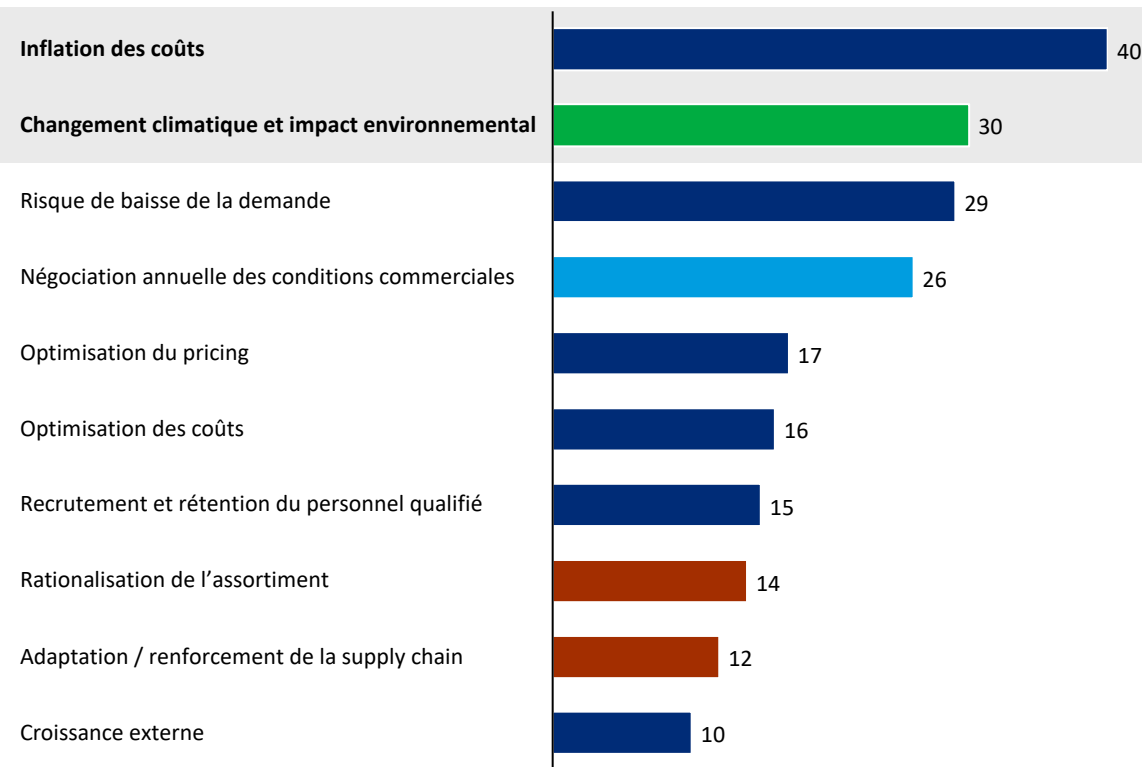


ENJEUX 2023 POUR LES ENTREPRISES

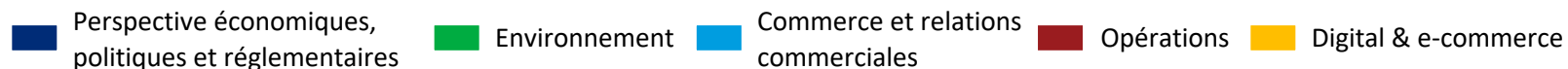
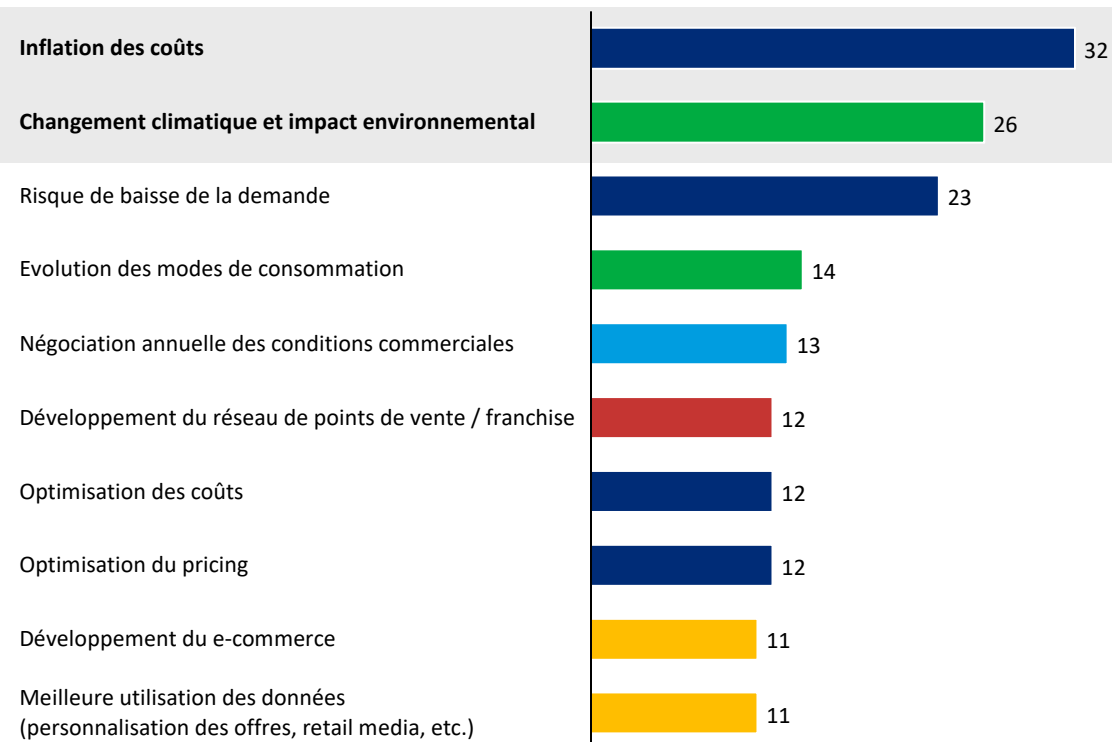
Les enjeux liés à l'inflation et à l'environnement sont les plus importants, à la fois coté industriels et distributeurs

Enjeux les plus importants pour votre entreprise en 2023 (5 choix maximum)

Pour les industriels (297 réponses)

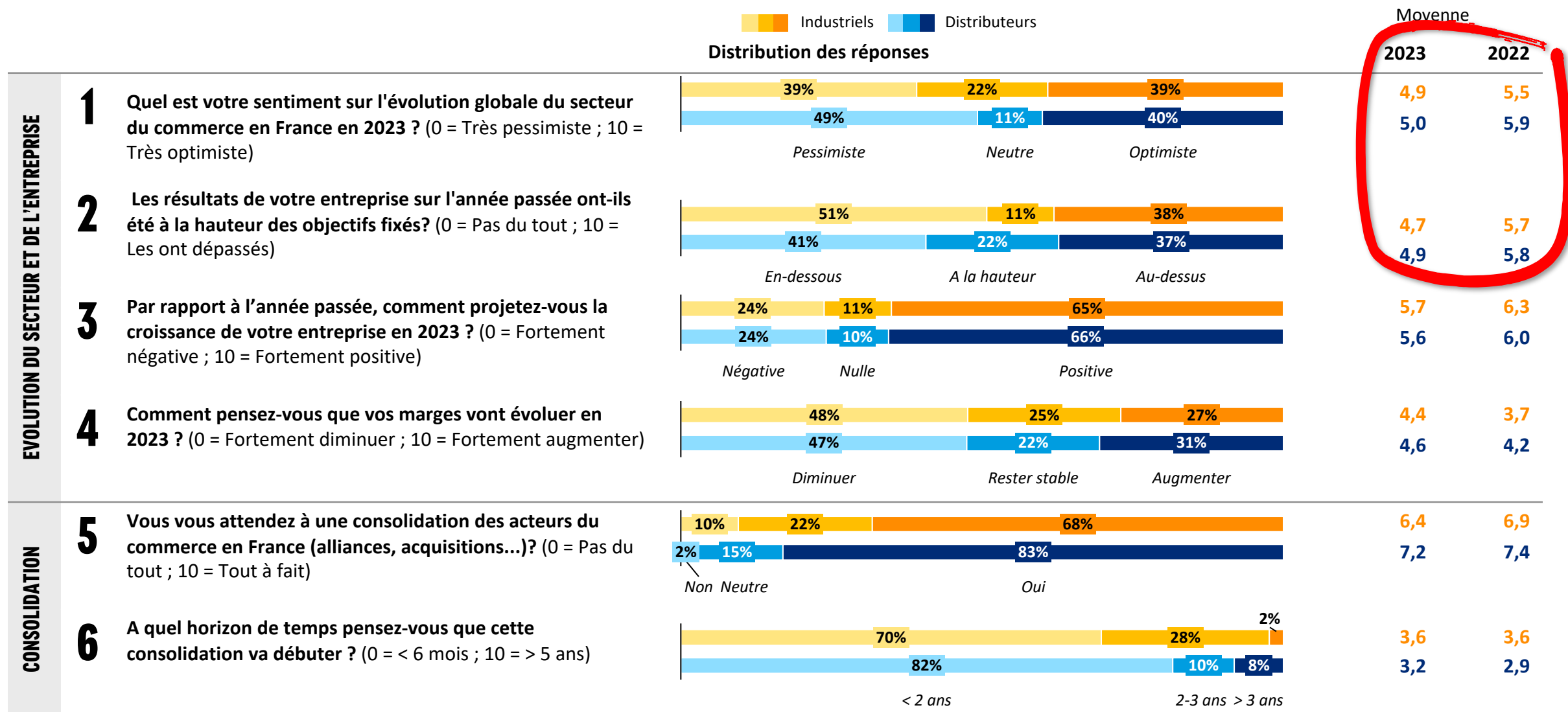


Pour les distributeurs (266 réponses)



EVOLUTION DU SECTEUR

Les dirigeants du commerce sont plus négatifs que l'année dernière quant à l'évolution du secteur et à leur résultats



Source: Baromètre Oliver Wyman – IDC 2023 des Dirigeants du Commerce, analyses Oliver Wyman

L'INFLATION RESTE À LA TÊTE DES SUJETS DE PRÉOCCUPATION DES DIRIGEANTS EN 2023



Parmi les enjeux 2023 priorisés dès début janvier par les dirigeants, **l'inflation était déjà de loin le sujet le plus préoccupant:**

- Il l'était **particulièrement pour les industriels alimentaires** : l'inflation figurait parmi le top 5 des enjeux 2023 pour 98% des répondants
- Les **niveaux d'inflation attendus en 2023 par les dirigeants étaient en moyenne à 10%**
- Les distributeurs sont plus sceptiques que les industriels et prévoient une inflation structurelle élevée qui va perdurer dans le temps pour 62% des répondants

Source: Baromètre Oliver Wyman – IDC 2023 des Dirigeants du Commerce, analyses Oliver Wyman

© Oliver Wyman



93%

des industriels

98%

des distributeurs

considéraient que **l'inflation des coûts** était déjà un sujet de préoccupation majeur pour leur entreprise en 2022

SELON LES DIRIGEANTS, LES CONSOMMATEURS NE SONT PAS ENCORE PRÊTS À PAYER POUR DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

7%

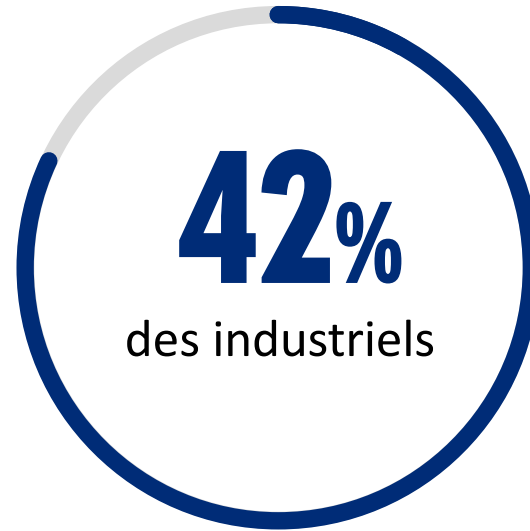
des industriels et des distributeurs seulement pensent que les consommateurs sont prêts à payer l'écart de prix engendré par les mesures liées au respect de l'environnement

85%

des industriels et des distributeurs attribuent la baisse du marché du bio au niveau de prix élevé dans un contexte d'inflation



LA MOITIÉ DES DIRIGEANTS ESTIMENT AVOIR DÉJÀ ENCLENCHÉ LEUR TRANSITION ÉNERGÉTIQUE...



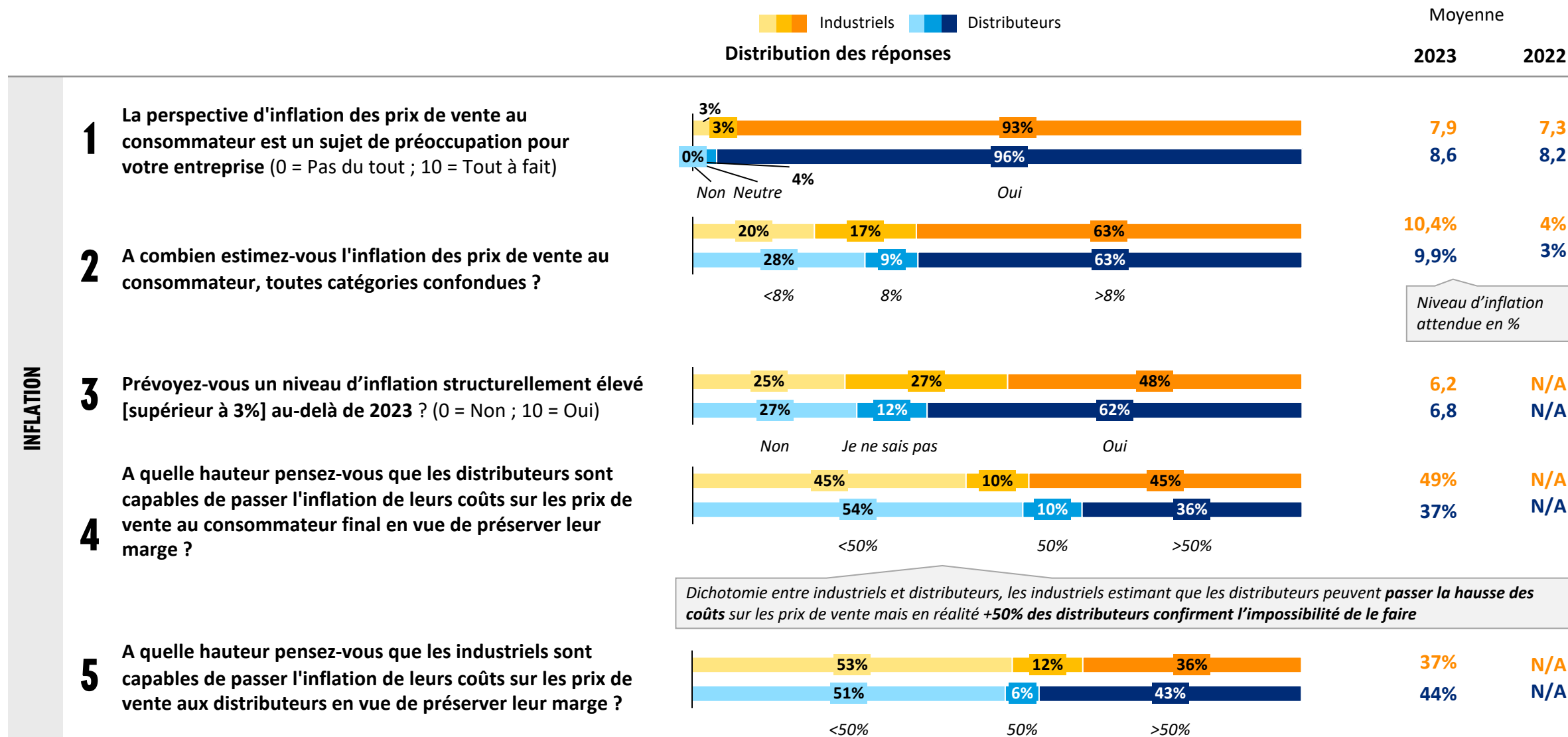
Estiment avoir un niveau de maturité élevé sur le calcul de leur empreinte Carbone (Scope 1, 2, 3)



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

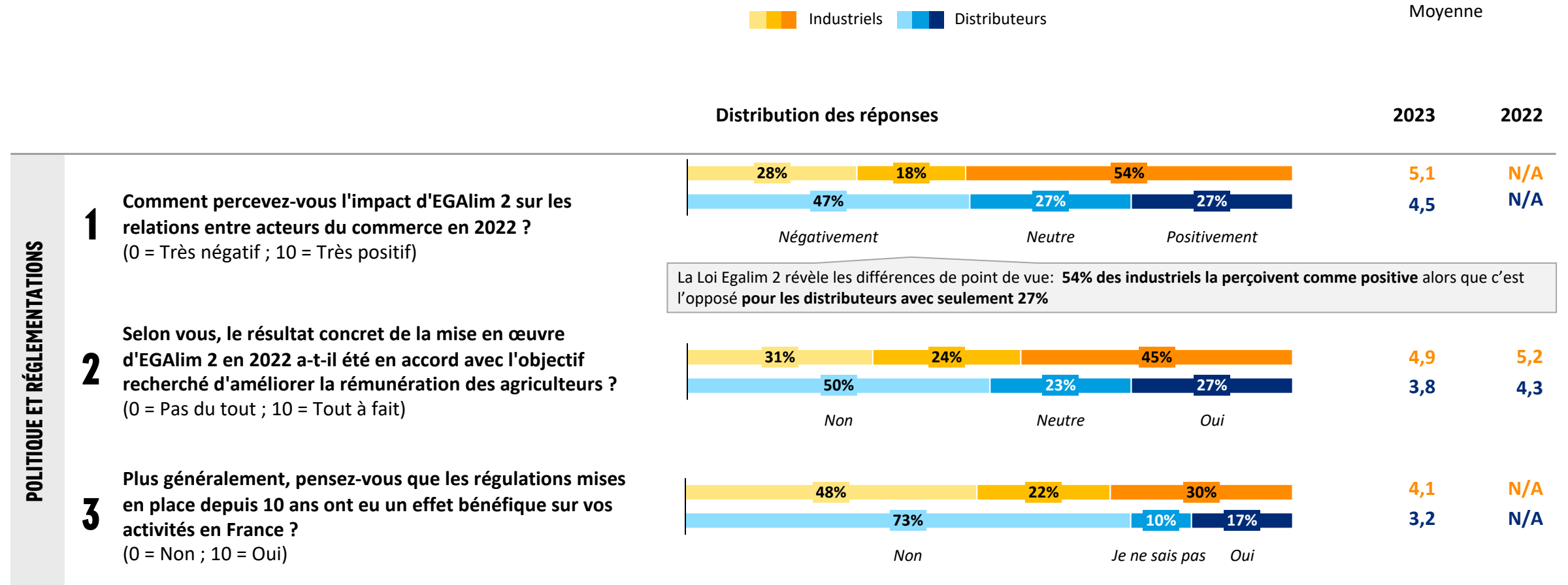
PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

Les dirigeants considèrent que l'inflation est le sujet clé de préoccupation, et qu'elle va se maintenir au-delà de 2023



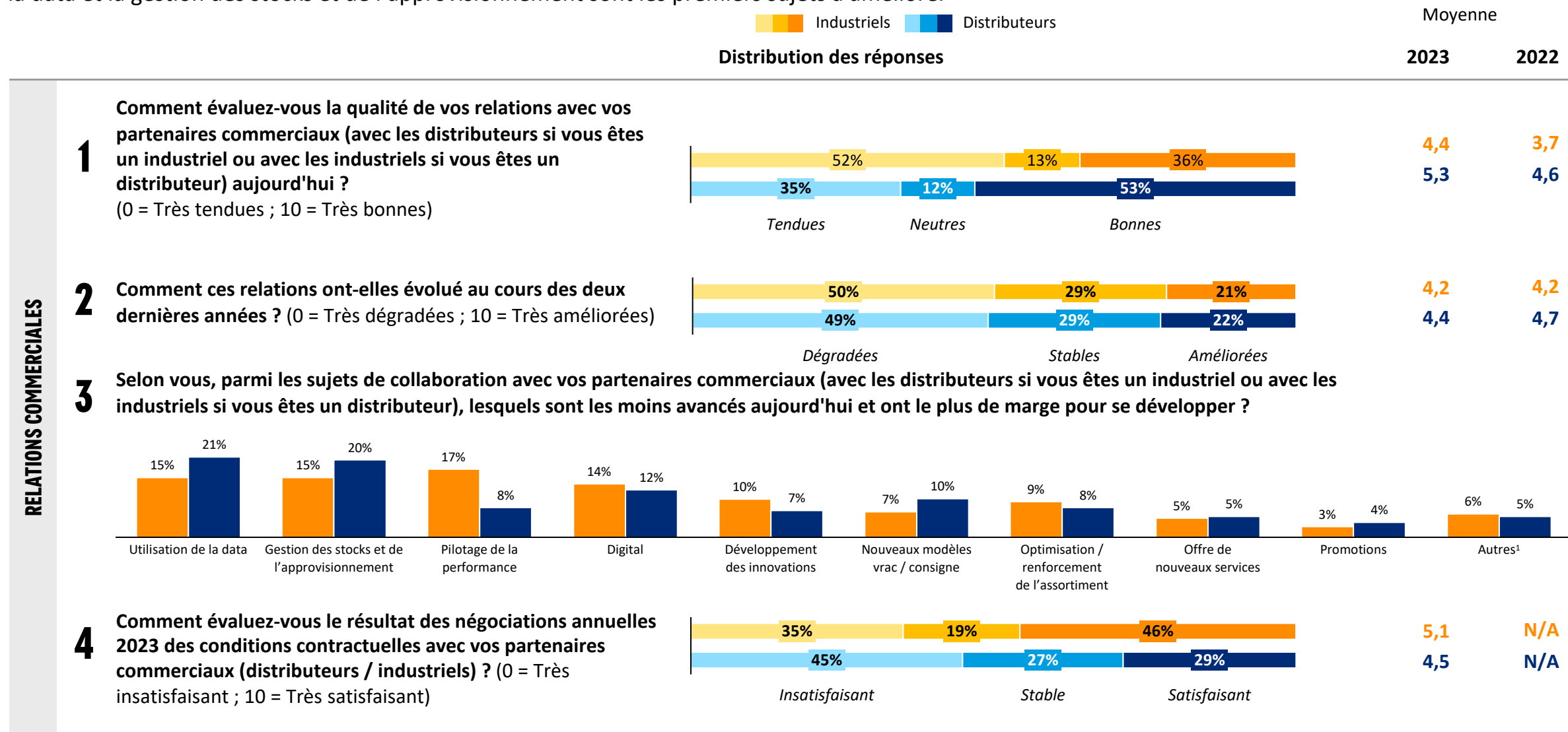
PERSPECTIVES POLITIQUES ET RÉGLEMENTAIRES

Les évolutions politiques et réglementaires des dernières années sont majoritairement perçues négativement, et plus par les distributeurs que par les industriels



RELATIONS COMMERCIALES

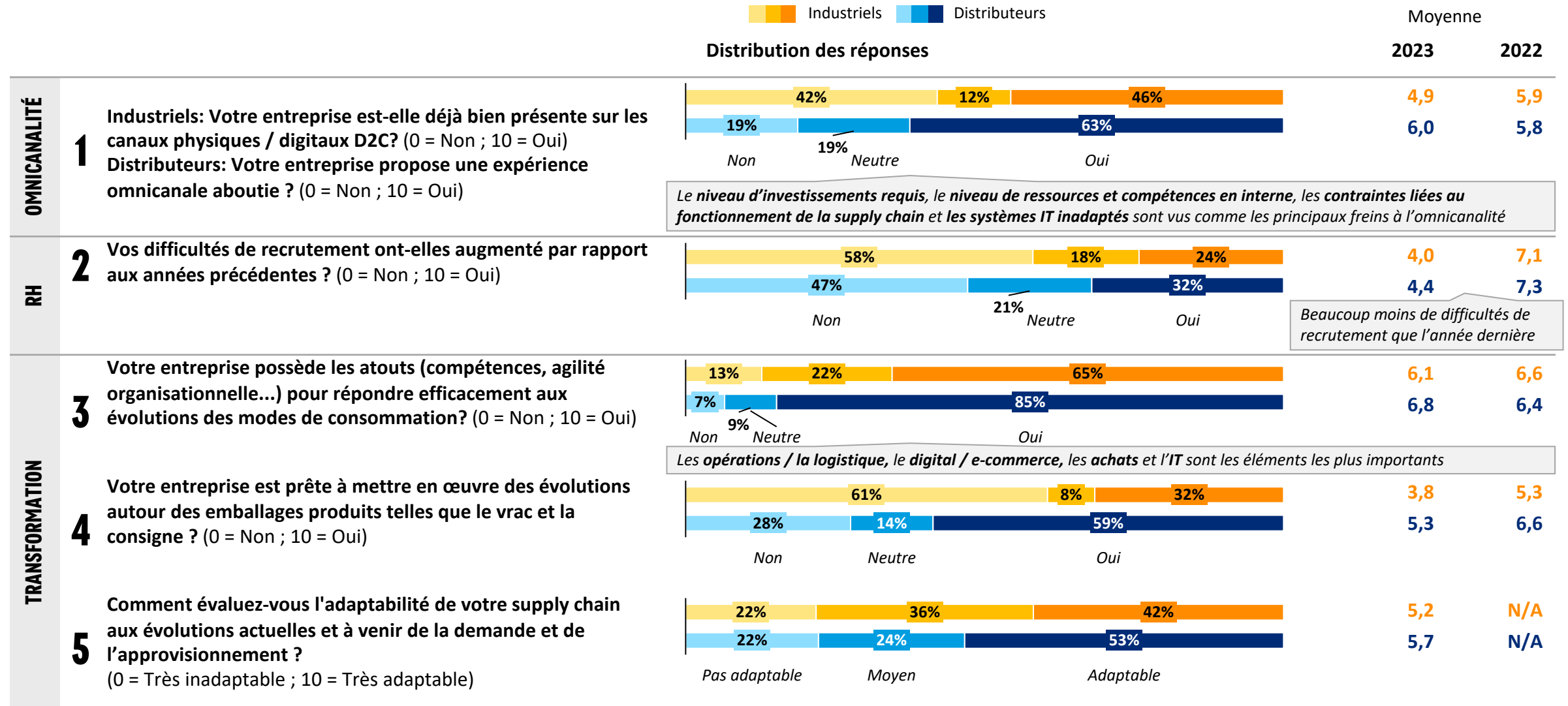
Alors que les distributeurs sont plutôt positifs quant à la qualité de leur relation avec les industriels, les industriels sont davantage partagés ; l'utilisation de la data et la gestion des stocks et de l'approvisionnement sont les premiers sujets à améliorer



Source: Baromètre Oliver Wyman – IDC 2023 des Dirigeants du Commerce, analyses Oliver Wyman | 1. Communication, Opérations magasins, Environnement, Développement catégoriel au service du consommateur, Filières, Gestion de l'inflation

OPERATIONS – OMNICALITÉ, RECRUTEMENT ET TRANSFORMATION

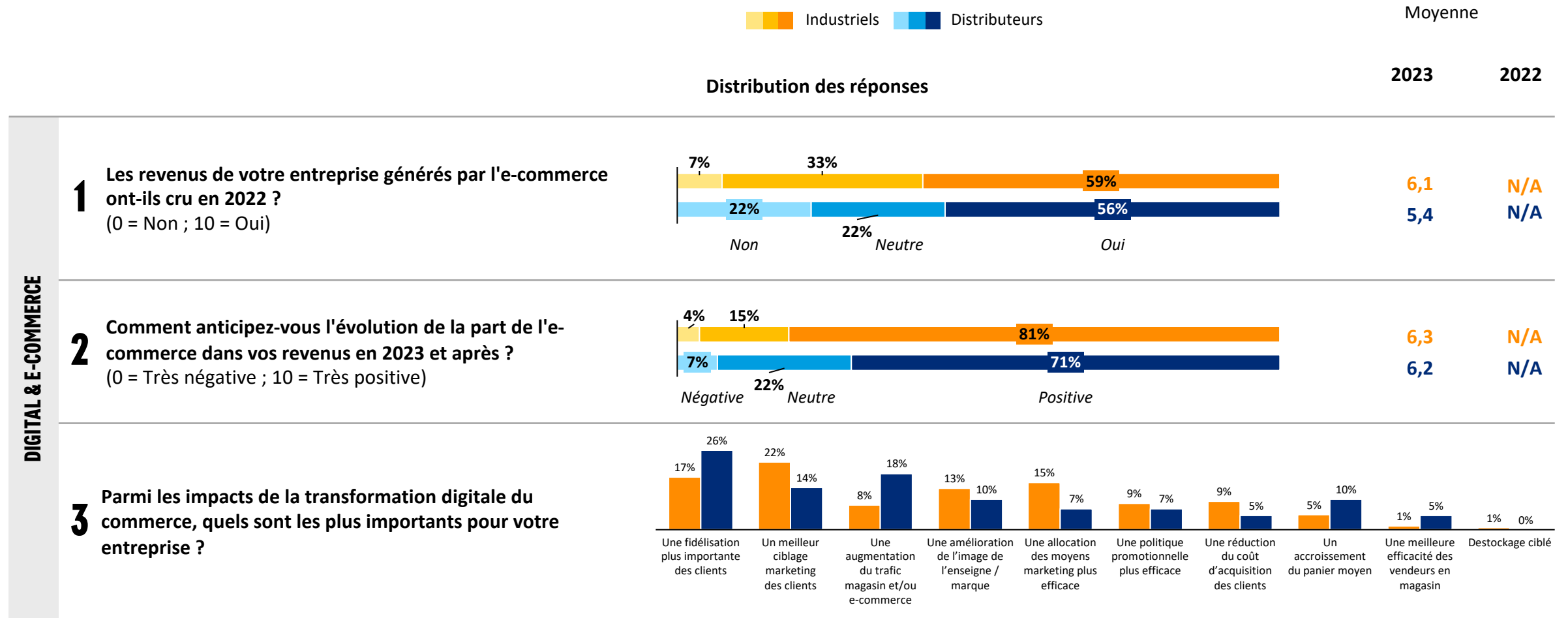
Du point de vue des opérations, l'omnicanalité progresse chez les distributeurs, les problématiques de recrutement sont bien moins importantes, le niveau de préparation pour le vrac et la consigne reste faible chez les industriels, et seuls 40 à 50% des dirigeants jugent leur supply chain adaptable



Source: Baromètre Oliver Wyman – IDC 2023 des Dirigeants du Commerce, analyses Oliver Wyman

DIGITAL & E-COMMERCE

La projection d'une forte croissance du e-commerce se confirme en 2023, les impacts de la digitalisation les plus importants sont la fidélisation, le ciblage marketing et l'augmentation du trafic



RESPONSABILITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

Le niveau de maturité sur la neutralité carbone et le bien-être au travail est plus élevé chez les distributeurs que chez les industriels

Industriels Distributeurs

Distribution des réponses

2023

2022

1 Avez-vous une vision précise de la stratégie neutralité carbone de votre entreprise ?
(0 = Non ; 10 = Oui)



7,5

N/A

8,0

N/A

Les principales initiatives lancées sont la réduction de la consommation d'énergie, le développement de solution de packaging à empreinte plus réduite et la refonte de la composition des produits plus naturels

2 Quel est votre niveau de maturité quant au calcul de l'empreinte carbone de votre entreprise ?
(0 = Aucun ; 10 = Scope 1,2,3)



6,6

N/A

7,7

N/A

3 Comment évaluez-vous le niveau de maturité et d'implication de votre entreprise sur l'inclusion & diversité ?
(0 = Très faible ; 10 = Très élevé)



5,5

N/A

6,0

N/A

4 Comment évaluez-vous le niveau de maturité et d'implication de votre entreprise sur le bien-être au travail ?
(0 = Très faible ; 10 = Très élevé)



6,1

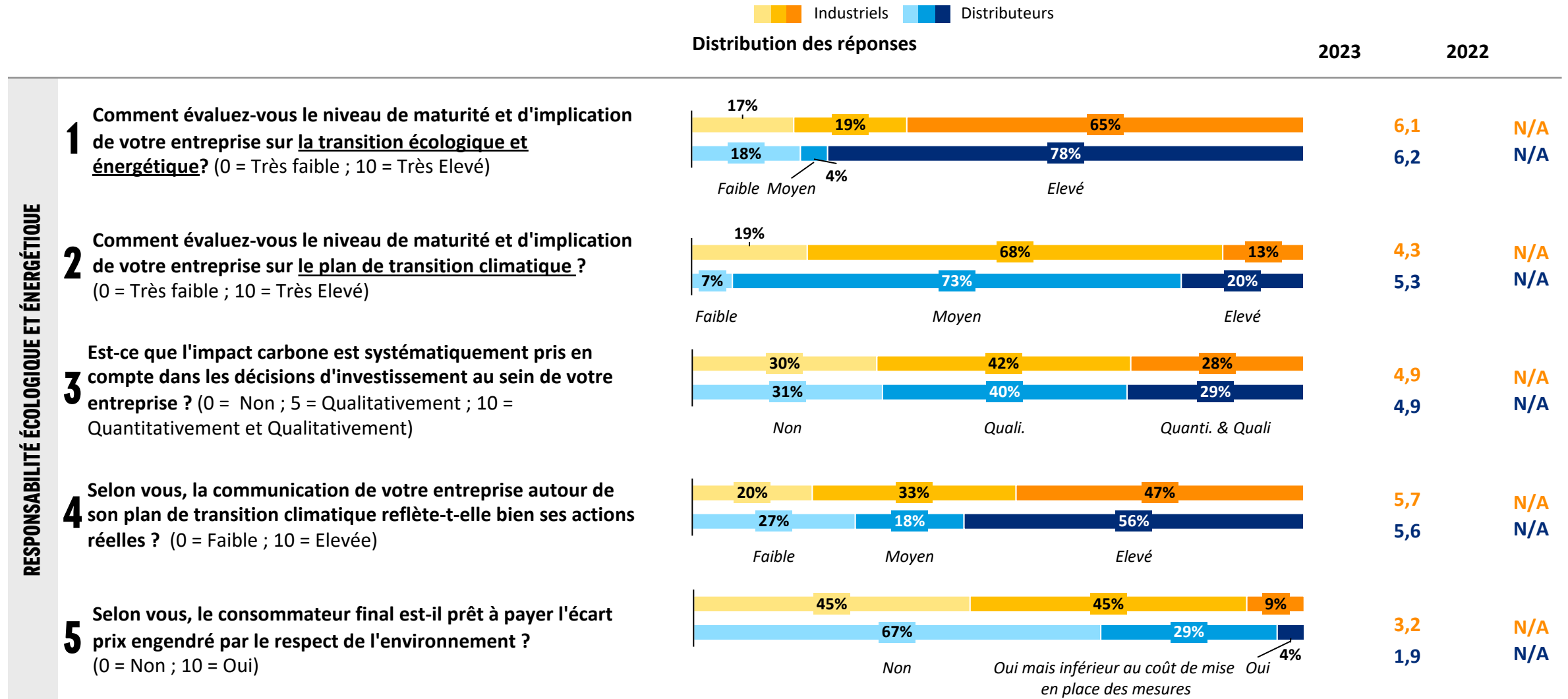
N/A

6,5

N/A

RESPONSABILITÉ ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE

Alors que quasiment tous les industriels et les distributeurs ont engagé une transition écologique et énergétique, les consommateurs, selon les distributeurs ne sont pas encore prêt à payer les surcoûts de production engendrés par le respect de l'environnement



Source: Baromètre Oliver Wyman – IDC 2023 des Dirigeants du Commerce, analyses Oliver Wyman

BIO ET LOCAL

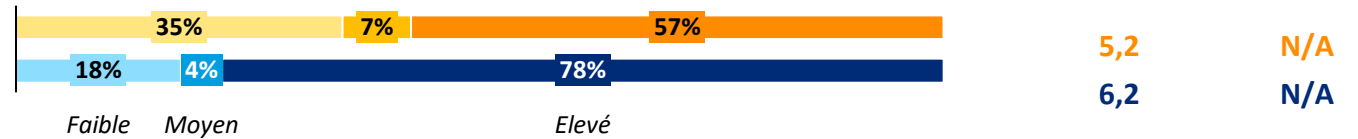
Une majorité des industriels et distributeurs disent avoir engagé une transition sur le Local / Made in France pour suivre la tendance des consommateurs qui préfèrent les produits locaux aux produits bio

Industriels Distributeurs
Distribution des réponses

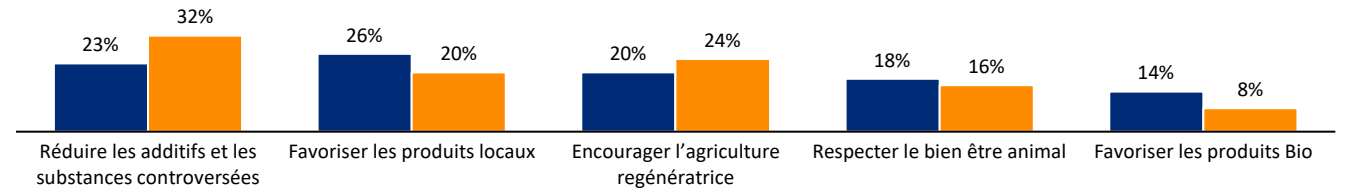
2023

2022

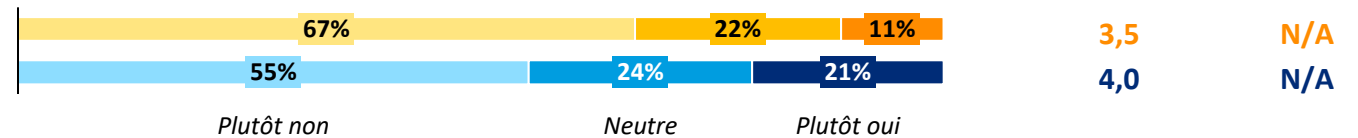
1 Comment évaluez-vous le niveau de maturité et d'implication de votre entreprise sur le Local / made in France ?
(0 = Très faible; 10 = Très élevé)



2 Quels sont les axes majeurs de développement de votre offre en vue de répondre aux enjeux de transition alimentaire ?



3 Pensez-vous que le marché du BIO va retrouver de la croissance en 2023 ? (0 = Non ; 10 = Oui)



~85% des dirigeants estiment que la raison première de la baisse des ventes des produits Bio en 2022 est le **niveau de prix élevé en comparaison avec le pouvoir d'achat**



A business of Marsh McLennan