

# LSA



14 pages  
sur les  
initiatives de la  
grande conso

**LE DOSSIER P. 28**  
Le petit  
électroménager  
star de la maison

## Le category management, une solution pour sortir de la crise

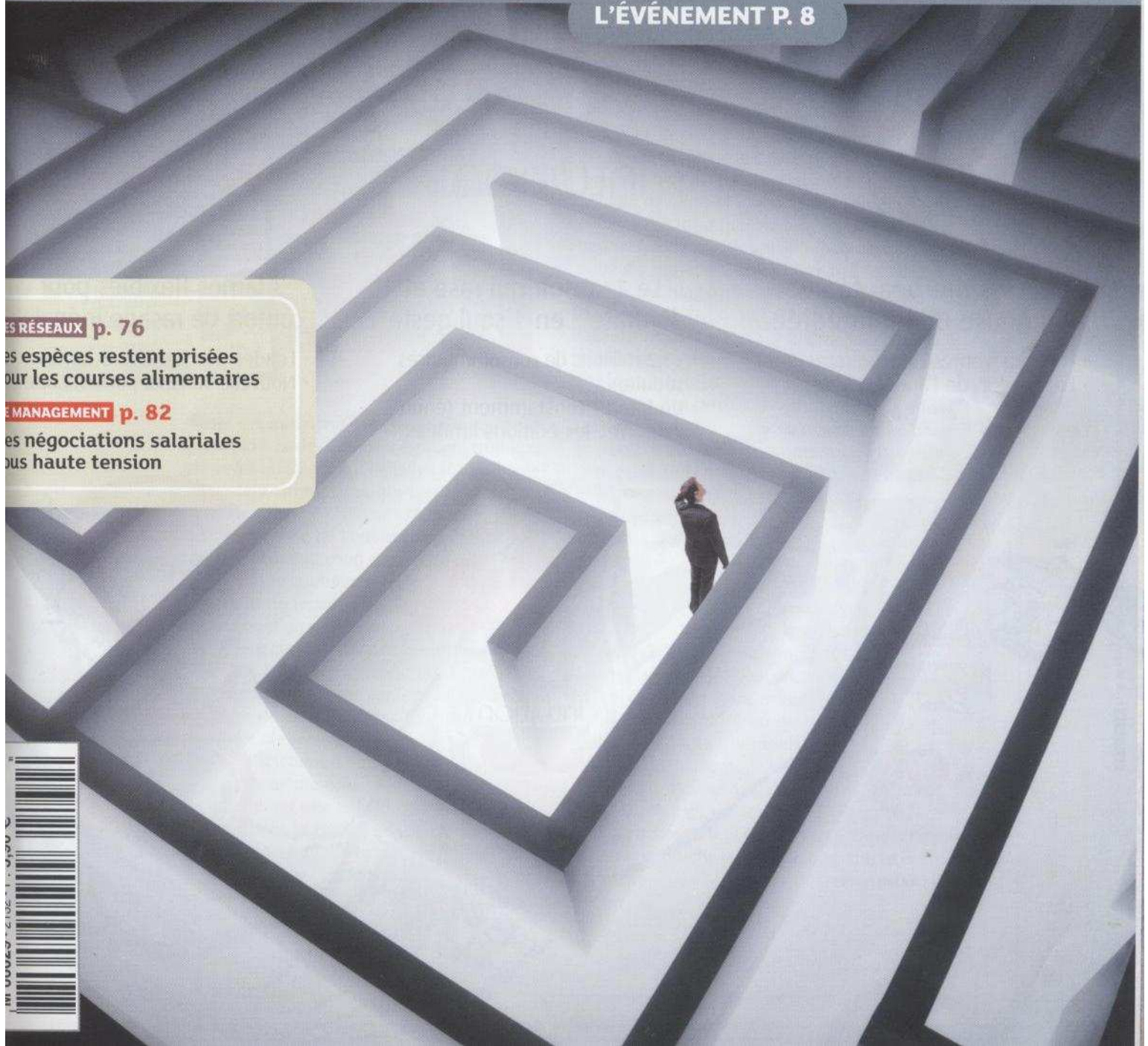
L'ÉVÉNEMENT P. 8

**LES RÉSEAUX p. 76**

Les espèces restent prisées  
pour les courses alimentaires

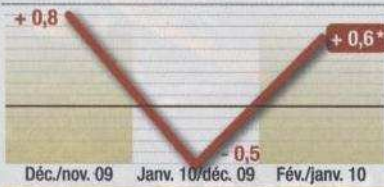
**LE MANAGEMENT p. 82**

Les négociations salariales  
sous haute tension



## LES INDICATEURS

### LA COURBE



Évolution, en %, de l'indice mensuel de chiffre d'affaires dans le commerce de détail (hors autos et motos), données CVS-CJO  
Source : Insee

\* Estimation précoce

### LE CHIFFRE

# 18500

Le nombre d'intérimaires dans le commerce de détail (hors automobile) au quatrième trimestre 2009. L'effectif a augmenté de 8,6 % sur un an, malgré une baisse de 3,4 % au quatrième trimestre par rapport au troisième.

Source : Insee

### TEXTILE

## Embellie en février

Évolution, en %, des ventes de textile par circuit, en février 2010 par rapport à février 2009  
Source : IFM

Total	+ 1,3
Hypers et supers	- 4,7
VAD	- 1,1
Mag. populaires	+ 4,2
Gds magasins	+ 3,6
Chaînes gde diff.	+ 1,1
Chaînes textile	+ 3,7
Indépendants	+ 1,8

La progression des ventes de textile en février 2010 se réfère à la très faible référence de février 2009 (-14,8 % en moyenne par rapport à février 2008), pour partie liée à la diminution d'une semaine de la durée des soldes d'hiver. ■

### PRODUITS D'OCCASION

## Un trésor bien caché

Chaque ménage français détiendrait 71 objets, hors antiquités et véhicules, qu'il n'utilise plus, au premier rang desquels CD, DVD et jeux vidéo, ou vêtements et accessoires de mode, selon eBay. En moyenne, les sondés estiment leur valeur à 473 €. Soit un potentiel de 12 milliards d'euros qui dort dans les placards... Sous réserve que ces vieilleries trouvent des acquéreurs! ■

Source : sondage BVA pour le site de ventes entre particuliers eBay du 22 au 26.2.2010

### PRÉVISIONS DES VENTES

## Ce n'est toujours pas le printemps

Impact prévisionnel, en %, de la météo de la semaine du 12 au 18 avril sur les ventes des rayons qui devraient réagir le plus fortement à la hausse et à la baisse, en France et dans les régions les plus touchées

# 10,7 °C

La température moyenne de la semaine du 12 au 18 avril 2010

# (-1,2 °C)

par rapport à la normale saisonnière

	Potages	Saucisses	Glaces en bac	Sirops
Impact climatique national	+ 11,2	+ 10,3	- 3,7	- 2,6
Impact climatique régional le plus marquant	+ 13,8 Nord	+ 9,4 Nord	- 4,6 Nord	- 3,3 Nord

Si le beau temps est enfin revenu cette semaine, pour la semaine prochaine (du 12 au 18 avril), les indices météo resteront sensiblement inférieurs aux moyennes de saison en termes de température\* et d'ensoleillement,

même si les températures maximales d'après-midi remontent.

Mais les indices Météo-Éco pour la région Nord, sur laquelle nous nous focalisons cette semaine, indiquent que la situation météorologique aura un impact négatif sur les

ventes de glaces, mais toujours favorable sur les soupes et les saucisses, deux catégories qui progresseront sur l'ensemble de la France. ■

PLUS D'INFORMATIONS ET LES INDICES COMPLETS DES PRODUITS MÉTÉO-SENSIBLES SUR WWW.METNEXT.COM

### MARKETING DIRECT

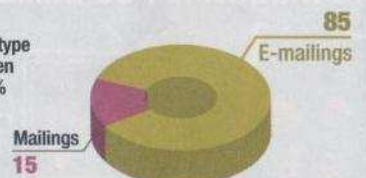
## Moins communiquer pour mieux communiquer

Nombre de campagnes marketing en février 2009 et 2010 dans 14 enseignes d'hypers et de supers

	Février 2010	Février 2009
E-mailings	104	152
Mailings	19	21
TOTAL	123	173

La communication relationnelle des enseignes alimentaires marque le pas en février 2010 par rapport à février 2009 : le nombre d'opérations a baissé de 29 % d'une année sur l'autre. Comme en prospectus, les enseignes sont-elles en train de moins communiquer pour mieux communiquer? Système U a annoncé une modération de la fréquence

Répartition par type de campagnes en mars 2010, en %



d'envoi des mailings en 2010. Intermarché a envoyé ses premiers courriers aux porteurs de carte avec des offres promos ciblées... Mais Carrefour poursuit sa dynamique sur les deux canaux et l'arrivée de chèques fidélité généreux via son nouveau dispositif, Promo libre (LSA n° 2125), ne va sans doute pas les inciter à réduire la pression sur ce canal. ■