

N° 220 AOÛT 2021

TGC - Editions DAUVERS
12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
02 99 50 18 90 olivier@olivierdauvers.fr

DANS QUELLE DIRECTION VA VRAIMENT LA CONSO :

"Moins mais mieux" ou "Plus pour moins" ?

LES FAITS. Ce week-end, Cora a démarré une nouvelle opération gros volumes. L'enseigne, qui a initié ces promos XXL dès 1985, parvient encore et toujours à créer l'événement. Les clients se ruent et les chariots débordent, ce qui, en apparence, est l'antithèse des évolutions supposées de la consommation contemporaine.

Un samedi pas tout à fait ordinaire... Comme trois à quatre fois par an, l'hyper Cora de Caen-Rots (14) a dégainé son chapiteau sur le parking pour l'opération emblématique de l'enseigne : les "gros volumes". Dès la première page de son tract, Cora en revendique même la paternité. C'était en 1985. Peu importe que la vente promotionnelle en gros soit consubstantielle des premiers hypers, le fait est là : Cora dispose d'un certain savoir-faire pour affoler le chaland.

Ce samedi dit l'inverse des analyses sur l'évolution de la consommation

La mécanique est bien rodée. L'assouplissant par 8 flacons, l'huile de tournesol par 9 bidons, le cassoulet par 12, les Danette par 24 ou le papier-toilette par 96 rouleaux (oui... 96 !), **les clients ont leurs habitudes. Et Cora, un succès certain avec, sur les semaines de "gros volumes", une part de marché qui peut doubler.**

Bref, ce samedi dit l'exact opposé des analyses habituelles sur l'évolution de la consommation où l'on chronique le "moins mais mieux". Ici, c'était donc... "plus pour moins".

Qu'en conclure ? Simplement qu'en matière d'analyse de la consommation, le prisme de lecture des sachants est aussi déformé que les chariots Cora sont remplis "ras la gueule". C'est dire ! Chroniquent-ils



"la" consommation ou... "leur" consommation ? Poser la question, c'est y répondre. Sans compter que pronostiquer une certaine frugalité d'achat est toujours plus aisé lorsque les placards débordent. C'est le cas de tous les experts qui expertisent au micro de journalistes involontairement complaisants car convaincus

de la brillance du propos puisque c'est aussi la réalité de leur vie ! Mais la vie, la vraie, est différente. **La consommation de millions de Français est sous contrainte budgétaire alors que leur aspiration à consommer demeure forte.** Le discount est alors tout à la fois une technique commerciale éprouvée et... une attente sociétale avérée.

Le nier, par conviction intime ou pour les besoins d'une cause (escompter un brin d'inflation dans les négos), est coupable. En matière de conso aussi, il existe deux France. L'une du "moins mais mieux", l'autre du "plus pour moins". L'une s'exprime sur les plateaux, l'autre court les chapiteaux

Olivier Dauvers



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,
l'analyse sans concession
du retail et de la consommation

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr