

Etudes de marché : les nouveautés

COMMERCE

↳ **La Grande distribution face à Internet** / Precepta - Xerfi, 2007.

L'étude analyse l'environnement des grandes surfaces alimentaires, les chiffres clés de la grande distribution alimentaire, les forces en présence dans le E-Commerce ainsi que le bilan économique et financier des E-commerçants (Source : plan de l'étude).

ECO 114 PREC

↳ **Le Commerce électronique** / Benchmark Group - Benchmark Group, 2007.

L'E-commerce français grand public a progressé de 33 % en 2006. Sur certains segments de marché de l'électronique grand public, de l'informatique, des voyages, plus de 10% des achats se font désormais sur Internet. Parallèlement, le commerce électronique continue sa percée dans l'habillement, l'hygiène-beauté, l'équipement de la maison et même l'automobile porté notamment par l'émergence de nouveaux concepts de distribution et d'une nouvelle clientèle sur Internet. (Source : <http://www.benchmark.fr>)

ECO 116 BENC

↳ **Le Commerce équitable** / Precepta - Xerfi, 2007.

L'étude permet de comprendre le commerce équitable ainsi que ses perspectives et axes de développement au niveau mondial. (Source : Xerfi)

ECO 114 XERF

↳ **Le E-commerce des biens de consommation** / Precepta - Xerfi, 2007.

L'explosion du chiffre d'affaires du e-commerce ne doit pas masquer la complexité de la mise en place d'avantages concurrentiels défendables et d'un business model rentable. Certes, la vente sur Internet a permis la multiplication de nouveaux entrants sur tous les marchés des biens de consommation. Pour autant, l'expérience accumulée par les opérateurs révèle que la baisse de certains coûts permise par la vente à distance sur Internet ne saurait être à elle seule, un facteur décisif de succès. Les économies liées à la dématérialisation finale sont de fait contrebalancées par un alourdissement de certains postes. (Source : Xerfi)

ECO 114 PREC

↳ **The Future Customer-Centric Organization** / Business Insight, mars 2008.

"The customer is king" was a phrase first used in retail environments, but has become common parlance in most customer-facing organizations-including those that have not traditionally referred to their users as 'customers', such as the public sector-thanks to the importance businesses now place on their customers. (Source : Business Insight)



Xerfi édite des études concernant de nombreux secteurs d'activité en France : Banque-Assurance, Agro-alimentaire, Consommation-Luxe-Beauté, Commerce-Distribution, Médias-Loisirs, Services-Transport, BTP-Immobilier, Santé-Pharmacie-Médecine, Industrie, Chimie-Plastique. 500 études sont proposées sur l'ensemble de ces secteurs d'activité. Vous avez la possibilité de rechercher par mot-clé ainsi que par code NAF.

Vous pouvez également accéder à environ 380 études Europe et Monde (couvre plus particulièrement l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni).

Consultable uniquement en intranet à l'INFOthèque.

Notre abonnement ne permet pas l'impression ou le téléchargement.

Les études de groupe :

analysent la stratégie d'un groupe sur plusieurs années avec un bilan de son activité, les faits marquants de son développement, une analyse financière de ses comptes. 45 études 2008 sont disponibles en ligne sur la base Xerfi.

Accès par l'intranet.

SERVICES

↳ **Le Marché du Conseil en management** /

Syntec Conseil - Syntec Etudes de marché, 2007. Présente le marché du Conseil en Management, les principales entreprises du secteur et leur développement. (Source : Pulv)

ECO 117 SYNT

↳ **Recrutement et ressources humaines** / Precepta - Xerfi, 2008.

L'étude analyse les tendances du marché du recrutement en abordant tour à tour, les chasseurs de tête, les cabinets de recrutement et les cabinets de conseil spécialisés en RH. (Source : Xerfi)

ECO 117 PREC

↳ **Atlas 2008 : le panorama économique du marché de la sécurité** / - En toute sécurité, 2007.

Toutes les tendances du marché français de la sécurité privée sont analysées pour 2006-2007, avec les résultats financiers de 1600 entreprises en France et la présentation des 25 leaders de ce secteur. (Source : 4ème de couv.)

ECO 116 ETS

Eurostaf, filiale du groupe Les Echos, publie des études stratégiques et financières sur différents secteurs d'activité en France. L'INFOthèque acquiert chaque année une série d'études sur des thèmes précis. Les études papier Eurostaf sont consultables au 6^e étage en ECO 1.

Utiliser le catalogue pour les identifier.

BANQUES

↳ Le Secteur bancaire français et ses perspectives / Les Echos - Les Echos Etudes, 2007.

Le secteur bancaire : sa structure, son fonctionnement et ses mutations (Source : Couv.).

ECO 111 ECHO

↳ Les Marchés du bébé / Précepta - Xerfi, 2007.

Excellente année 2006 pour les marchés du bébé : les ventes d'articles de puériculture, layettes et jouets ont progressé de 4%, à 2,5 milliards d'euros. Principale explication à cette croissance : l'exceptionnel niveau de natalité. Près de 797 000 naissances ont été enregistrées en France métropolitaine, un tel record n'avait pas été observé depuis le début des années 80. (Source : synthèse étude).

ECO 120 PREC

MarketLine

La base Marketline propose des études de marché sur plus de 2000 secteurs d'activité et 50 pays.

Marketline, édité par Datamonitor, permet d'accéder aux profils, rédigés en anglais, de 2000 secteurs d'activité et de 50 pays. Les principaux secteurs d'activité sont : agro-alimentaire (plus de 500 rapports), technologie et télécoms (plus de 300 rapports), pharmacie (plus de 150 rapports), services financiers (plus de 100 rapports), industrie automobile (plus de 100 rapports), énergie (plus de 100 rapports), services aux entreprises (plus de 100 rapports). Retrouvez aussi les indicateurs économiques pour chaque pays.

Consultable uniquement en Intranet à l'INFOthèque.

SANTE-ALIMENTATION

↳ Le Marché français des aliments santé et ses perspectives / Eurostaf - Eurostaf, 2007.

Le consommateur prenant de plus en plus conscience du lien existant entre alimentation et santé, l'industrie agroalimentaire est contrainte de s'adapter. Transversalement, les IAA repositionnent leur offre en améliorant le profil nutritionnel des produits. Ceci se traduit par une clarification et une redéfinition du périmètre des aliments santé qui intègrent seulement les produits revendiquant une allégation santé. Le marché des aliments santé occupe encore une place marginale dans la consommation alimentaire (3,4%). La France accuse néanmoins un retard important comparé aux marchés japonais et américain et recèle un important potentiel. (Source : Eurostaf)

ECO 110 STAF

↳ Nutraceuticals in China and Japan / Business Insight, novembre 2008.

The Asian market for consumer goods, including foods and beverages, is growing rapidly, driven by a strong economy even in the face of an increasingly destabilized Western financial market. This powerful economic boom has increased the level of disposable income, rallying multinational companies in the battle to attract the Asian consumer. (Source : Business Insight)

Accès Intranet

↳ Le Marché mondial des vins et spiritueux / Echos - Les Echos Etudes, 2007.

L'étude présente les fondamentaux du secteur : sa structure concurrentielle et son fonctionnement économique. Les chiffres clé du marché (vins français, italiens, espagnols, américains, chiliens, ...) (Source : couv.)

ECO 110 ECHO

↳ Compléments alimentaires / Precepta - Xerfi, 2007.

Le marché des compléments alimentaires n'en finit pas de progresser en France. En l'espace de 6 ans, il a doublé de taille, franchissant le cap symbolique du milliard d'euros en 2006. Et la vague porteuse va perdurer. La croissance à deux chiffres se prolongera jusqu'à l'horizon 2012. (Source : synthèse étude).

ECO 118 PREC

↳ Consumer Targeting in Food and Drinks / Business Insight, aout 2008.

Personalized nutrition is an emerging trend whereby food and drinks products are more closely matched to consumers' individual nutritional needs, aspirations and preferences. Product development and marketing strategies of manufacturers are beginning to address consumers as discrete populations of individuals, rather than as generic, mass-market consumers with relatively undifferentiated buying practices. Consumer Targeting in Food and Drinks is a new report by Business Insights that provides insight into marketing strategies that target specific groups of consumers. (Source : Business Insight)

Accès Intranet

ECOLES-EDUCATION

↳ MBA et mastères spécialisés / Precepta - Xerfi, 2008.

Le marché des MBA et des MS (Mastères Spécialisés) est en plein essor. Si les MS demeurent exclusivement l'apanage des grandes écoles, les MBA explosent, non seulement au sein des écoles de management mais également chez les établissements spécialisés. Près de 200 MBA proposés en France par plus de 60 établissements. L'étude analyse la stratégie marketing à mettre en oeuvre pour réussir le lancement des MBA et MS sur ce marché en développement. (Source : Xerfi)

ECO 117 PREC

ECO-DEVELOPPEMENT

Business Insights

Business Insight : Business Insights Interactive, éditée par Reuters, recense plus de 250 études de marché en anglais en texte intégral. Six secteurs sont représentés : biens de consommation, énergie, finances, santé, ressources humaines et nouvelles technologies (Europe et monde).

Vous avez la possibilité de télécharger ces rapports.

Consultable uniquement en intranet à l'INFOthèque .

LUXE

↳ Le Marché mondial des souliers de luxe et ses perspectives / - Eurostaf, 2008.

Le marché des souliers de luxe se caractérise par son dynamisme. Il surperforme le marché du luxe pris dans son ensemble. Comme pour la maroquinerie, la chaussure est désormais un accessoire de mode à part entière. L'offre se structure et s'élargit. A côté des chausseurs traditionnels et des créateurs figurent les maisons de luxe et de mode qui intègrent les souliers à leur stratégie de brand stretching. (Source : Eurostaf)

ECO 124 STAF

↳ La Bijouterie fantaisie / Precepta - Xerfi, 2007.

Les bijoux fantaisie et argent représentent près de 70 % des ventes de bijoux en France. Mieux, la croissance du chiffre d'affaires de ces deux segments est bien plus importante que celle de la bijouterie précieuse. Fabricants et réseaux de distribution se développent à grande vitesse, à la faveur de la banalisation du port de bijou fantaisie par toutes les catégories sociales. Le bijou est considéré comme un accessoire de mode. (Source : synthèse étude).

ECO 124 PREC

↳ Fragrances in Australia / Datamonitor, novembre 2008.

The Australian fragrances market generated total revenues of \$385.2 million in 2008, representing a compound annual growth rate (CAGR) of 6.4% for the period spanning 2004-2008. Market consumption volumes increased with a CAGR of 4.2% between 2004-2008, to reach a total of 13.8 million units in 2008. (Source : Marketline)

Accès Intranet

↳ Le Marché de la gestion des déchets / Precepta - Xerfi, 2007.

Les déchets et leur élimination constituent aujourd'hui une préoccupation majeure pour de multiples acteurs : pour les citoyens qui recherchent une certaine qualité de vie et prennent conscience des limites d'un modèle de consommation irraisonnée, pour les élus, qui sont responsables de la gestion des ordures ménagères, et cherchent à se faire élire (réélire) par ces mêmes citoyens, pour les entreprises, qui sont désormais contraintes par la loi de financer le traitement des leurs déchets, pour les professionnels de la filière qui cherchent à valoriser au mieux le gisement de déchets qu'on leur confie... (Source : synthèse étude).

ECO 125 PREC

↳ Les Perspectives de développement du photovoltaïque dans le monde / - Eurostaf, 2007.

Le contexte actuel est très favorable au développement des énergies renouvelables : prix des combustibles fossiles élevés, sensibilisation accrue aux problématiques environnementales, etc. Les mesures de soutien des pouvoirs publics ont permis de surmonter le handicap de la compétitivité des énergies renouvelables. Grâce à un soutien fort, la filière éolienne a décollé et se structure actuellement sur le plan industriel. Les biocarburants semblent suivre une voie similaire. Le photovoltaïque sera-t-il le prochain marché des énergies renouvelables à décoller ? (Source : Eurostaf).

ECO 116 STAF

↳ Trends in Ethical and Sustainable Packaging / Business Insight, juin 2008.

Ethical product development is now a major issue in the industry, and this trend includes the use and promotion of sustainable packaging formats. Ethical packaging is being driven by consumer environmental concern, retailer pressure and the development and promotion of manufacturer CSR. Retailers and manufacturers must be seen to be contributing to a greener and more sustainable way of life by the media, the industry and consumers alike. (Source : Business Insight)

Accès Intranet

↳ The Future of Wind Power / Business Insight, octobre 2008.

This report analyses the future of wind generation – one of the fastest growing areas of the power market. It looks at how the wind power technologies are maturing and evolving and their impact on the electricity generation landscape. It examines how technological developments, government renewable targets and capacity additions are having a massive impact on the economics and uptake of wind power. It also looks at some of the environmental and regulatory aspects acting as both drivers and resistors of wind power generation growth. (Source : Business Insight)

Accès Intranet

↳ Renewable Energy in North America/ Datamonitor, Avril 2008

The Renewables market consists of the consumption of electricity generated via Geothermal, Solar, Wind and Hydroelectric means, as well as through wood and waste combustion. The volume of the market is calculated as the total volume of electricity consumed (in billions of kilowatt hours, kWh), and the market value has been calculated according to average annual electricity prices. (Source : Marketline)

Accès Intranet

AUTRES SECTEURS

INTERNET

↳ **Web 2.0 and The Enterprise / Business Insight**, June 2008.

In 2007, venture capitalists pumped a record \$1.34 billion into 178 Web 2.0 deals in the US, an increase of 88 per cent on the previous year. Web 2.0 and The Enterprise: Its impact on business and strategies to maximize new opportunities Enterprise is a new report published by Business Insights that examines how the underlying concepts behind Web 2.0 and the technologies and services it enables are filtering into the corporate world. (Source : Business Insight)

Accès Intranet

↳ **Networking equipment in the United-Kingdom /**

Datamonitor, août 2008

The networking equipment market is calculated as the revenue derived by all manufacturers from the production, sale or provision of computer networking equipment and products. These include devices for connecting workstations to a local area network (LAN) or wide area network (WAN), devices for switching and routing data, interconnects, and related products. (Source : Marketline)

Accès Intranet

↳ **Le Marché et la distribution des fleurs et des plantes d'intérieur et ses perspectives / Eurostaf - Eurostaf, 2007.**

L'évolution du marché des fleurs et des plantes d'intérieur s'accélère aujourd'hui avec l'arrivée de nouveaux opérateurs. Cette mutation aboutit à une intensification de la pression concurrentielle alors que le marché est en repli (- 1,4 % en moyenne annuelle entre 2002 et 2006 en valeur), et marqué notamment par une baisse de la consommation des fleurs coupées. (Source : Eurostaf)

ECO 114 STAF

↳ **Le Marché français de la puériculture et ses perspectives / Eurostaf - Eurostaf, 2007.**

Le marché de la puériculture est dynamisé en volume et en valeur par une accélération marquée de la natalité, une augmentation de l'âge moyen de la maternité (pouvoir d'achat plus élevé des jeunes parents) et une forte innovation produits répondant aux attentes des consommateurs en termes de confort, de sécurité, de praticité, mais aussi, de façon croissante, d'esthétisme et de design. (Source : www.eurostaf.com)

ECO 114 STAF

↳ **Le Marché de la décoration d'intérieur et ses perspectives / Eurostaf - Eurostaf, 2007.**

Soutenu par la progression constante du nombre de ménages, le dynamisme de l'immobilier et un attachement croissant des français à leur habitat qui se traduit par une augmentation de la part de ces dépenses dans leur budget, le marché de la décoration d'intérieur bénéficie de fondamentaux solides. Néanmoins, les concepts connaissent des fortunes diverses. Ceux lancés par les grands magasins (BHV Déco, Lafayette Maison et Le Printemps de la Maison) peinent à atteindre leurs objectifs alors que des enseignes telles que Bois et Chiffons ou La Chaise Longue enregistrent des taux de croissance à deux chiffres portés, il est vrai, par l'augmentation de leur parc. (Source : Eurostaf)