

# Avant-propos

*Cette étude a été réalisée dans le cadre des approches sectorielles que conduit l'Ifs dans différents secteurs du commerce. Citons, à ce titre, les dernières réalisations concernant :*

- le hard-discount ;
- le commerce de proximité ;
- le commerce des produits Bio ;
- le bricolage et le jardinage.

*Nous nous sommes appuyés sur des données « de cadrage » officielles, telles que les données de l'INSEE ou les comptes commerciaux de la nation et la base de données de l'équipement commercial, mise à jour en permanence. Enfin, nous avons conduit des investigations spécifiques à cette étude, plus précisément :*

- des observations en magasins (relevés de linéaires, de nombre de références) dans une cinquantaine de points de vente ;
- une enquête conduite auprès de consommateurs recrutés à la sortie des points de vente (près de 1 000 acheteurs interviewés).

*Cette étude fait suite à celle réalisée en 2006 et constitue notamment une actualisation des données fournies il y a 3 ans.*

## Sommaire

<b>Le poids des grandes surfaces frais</b>	<b>6-15</b>
Le commerce et la consommation alimentaires en France .....	6
Le commerce et la consommation de produits alimentaires frais .....	10
La place des Grandes Surfaces Frais dans la grande distribution .....	14
<b>L'univers des GSF en France</b>	<b>16-29</b>
Le parc en 2009 .....	16
Les chiffres-clés en 2009 .....	17
La géographie des GSF .....	23

## Lineaires et assortiments 30-53

Méthodologie .....	30
Résultats .....	32
Les observations en magasin .....	44
le Positionnement des GSF .....	48

## Étude consommateurs la clientele 54-67

Méthodologie .....	54
Distances et moyens de transport.....	55
Le profil de la clientèle GSF .....	57
La fréquentation de la clientèle.....	60
Les sommes dépensées .....	62

## Les principaux acteurs du secteur des GSF 67-76

Prosol gestion.....	67
Bernard Blachere holding.....	70
Alphaprim .....	72
Novoviande.....	73
Boucheries Andre .....	74
Les grands independants.....	75
Les acteurs dans le monde de la GMS.....	76

## Principaux résultats et conclusions 77

## Annexes 79-88

Tableaux complémentaires : références/mètres linéaires .....	79-83
Questionnaire Clientèle GSF .....	84-87
Questionnaire d'observation en magasin .....	88