

3 ÉDITORIAL

L'ANALYSE

Interview de François Klipfel et de Benoit Lehut, directeurs généraux adjoints au sein de GfK Consumer Choices France : « 2013 n'a pas été une grande année »

67 L'agenda



Benoit Lehut et François Klipfel

© LAÉTTIA GARNIER

8 Pour tous les secteurs de l'équipement de la maison, 2013 a été mitigée. En France, ce marché pesait 23,45 milliards d'euros. Soit un recul de 2% par rapport à 2012. Avec de grandes disparités, puisque le petit électroménager s'en sort relativement bien, tandis que le segment de téléphonie et des communications obtient des résultats excellents. En tout cas, le magasin reste plus que jamais un point de contact qu'il faut traduire en opportunité commerciale.

Crédits couverture: Fotolla



22

Imitation de la concurrence, réduction des coûts... Il existe de nombreuses mauvaises raisons de se lancer dans une stratégie cross canal. Mais LSA a sélectionné ici cinq exemples à suivre.

ÉLECTROMÉNAGER

- 22 Électroménager et stratégie cross canal, les erreurs à ne pas commettre
- 24 Les balais gagnent encore du terrain
- 26 L'électrobeauté entend monter en gamme
- 28 Le petit déjeuner reste secoué par les promotions
- 30 Net faux plip pour les ventes de repassage
- 32 Les robots culinaires poursuivent leur valorisation
- 34 Les GSA en pleine réflexion sur le marché du froid
- 35 La cuisson, tout feu tout flammes sur l'innovation
- 36 Le lave-vaisselle toujours plus high-tech
- 37 Une année 2013 mouvementée pour les lave-linge