

L'épicerie : métier et profession

Les épicerie fines sont des commerces récents, multi-services, dirigés par des professionnels atypiques. La curiosité et la diversité de ces derniers en matière de produits et fournisseurs permettent de satisfaire une clientèle exigeante, toujours à la pointe des tendances.

Les épicerie fines associent plusieurs activités :

- 25 % d'entre elles proposent une prestation de caviste
- 13 % diversifient leurs compétences dans la confiserie, chocolaterie, pâtisserie
- 9 % offrent des services de salon de thé, traiteur, et font de la réception
- 8 % sont également fromager, charcutier, boucher, traiteur
- 8 % font, en complément, du e-commerce.

Les boutiques sont majoritairement jeunes avec une ouverture récente : 2006 2011 (53 %). La surface des magasins d'épicerie fine est en moyenne de : 82m².

Concernant les équipements des épicerie fines,

- 69 % des répondants possèdent déjà ou projettent d'acheter une armoire réfrigérée
- 30 % possèdent ou envisagent d'avoir un espace dédié au fromage
- 29 % proposent déjà ou projettent de proposer des produits prêts à consommer.

Des profils atypiques

Plus de la majorité des professionnels de l'épicerie fine sont issus d'un autre secteur (84 %), ils proviennent majoritairement de l'hôtellerie restauration (22 %), de l'administration, de l'assistantat, secrétariat (13 %), du marketing, de la communication et de la publicité (10 %) et du commerce (9 %).

10 % d'entre eux exercent une activité parallèle : hôtellerie restauration (3 %), conseil (2 %), Agriculteur (2 %), Caviste (2 %), Import et export (1 %). Leur niveau de formation est élevé : 42 % des professionnels ont un diplôme d'étude supérieur du Bac + 2 à Bac + 4 (à titre informatif seulement 21 % des Français ont un niveau d'étude supérieur au Bac, source INSEE 2009).



Le marché de l'épicerie fine en constante progression

Le regain de la cuisine à domicile, de l'art de recevoir chez soi, un souci prononcé du « mieux manger » sont autant de tendances qui font les beaux jours des produits alimentaires hauts de gamme. Avec un marché évalué à 5 milliards d'euros*, l'épicerie fine est en croissance permanente avec une progression supérieure à l'ensemble de la consommation alimentaire.

(*source : étude Xerfi février 2010)



Une offre pointue pour faire face à la concurrence

Les épicerie fines proposent en moyenne 616 références de produits. Le nombre de fournisseurs est de 45 en moyenne.

Le référencement de nouveaux fournisseurs se fait via des recherches sur Internet à 72 %, en réponse à la sollicitation d'un fournisseur (63 %), en regardant les fournisseurs des autres magasins à 62 %, en visitant des salons hors région à 60 % et par le bouche à oreille à 55 %.

Les épicerie fines s'orientent vers les principes de concept store et présentent une offre complémentaire : à savoir : 81 % des épicerie fines proposent des produits non-alimentaires. Parmi les produits présentés, le grand gagnant est l'accessoire autour du thé, avec 72 %, suivi par les arts de la table (53 %). Les produits les plus demandés sont les produits du terroir (74 %), les produits sans additifs/conservateurs (71 %), et les produits biologiques à 48 %.

La concurrence se développe. En effet, les rayons d'épicerie fine de la grande distribution représentent 41 % mais aussi les boutiques voisines à 29 %. Afin de se diversifier, en plus du conseil, du storytelling et de la sélection produits, les actions mises en place sont le renouvellement régulier de l'offre produit à 78 % (pour rappel, 38 % des professionnels présentent une nouveauté par semaine ou par mois dans leur boutique) et l'organisation d'événements, de dégustation à 55 %.



CARTOGRAPHIE DE L'ENQUÊTE

Une seconde enquête est réalisée en France auprès de 203 distributeurs en juillet 2011 par e-mail. Focus sur les 130 épicerie fines ayant répondu à cette enquête.

