



RENTRÉE DES CLASSES 2024 : PREMIÈRES TENDANCES

Les rayons « Rentrée des classes » sont en place en magasin depuis fin juin (sem.26) et au cours des 5 premières semaines d'opération, les Français ont acheté plus de 37 millions d'articles de Papeterie – Ecriture soit 125 millions d'euros de chiffres d'affaires réalisé à fin juillet dans deux circuits* (GSA et GS Culturelles - Grands magasins - Pure-players généralistes). Ces premières tendances reflètent l'attentisme croissant des consommateurs dans un contexte prix / pouvoir d'achat toujours tendu.

**37,3
MILLIONS**

d'articles de Fournitures scolaires (-9,8%)
en circuits audités en hebdomadaire soit
les GSA, GSS Culture, Pure-Players généralistes
et Grands magasins

**124,9
MILLIONS**

d'euros générés (-10,3%)

**LE POIDS
DE LA SEMAINE
DE L'ARS**

Allocation de la Rentrée Scolaire
Versement le 20 08
Semaine toujours aussi décisive

Prochain RDV :

Conférence de presse GfK – AIPB : 30 août 2024 14h00

Demande d'accréditation par mail : njolly@oconnection.fr

Données de vente hebdomadaires incluant les ventes de la semaine de l'ARS, sur le périmètre Circuits restreints
GSA / GSS Culture / Pure-Players généralistes.



J-15 : L'AVIS DES INDUSTRIELS DE L'AIPB

DEUX TENDANCES POUR CETTE RENTRÉE SCOLAIRE SONT CONSTATÉES À DATE :

- Un effet post-JO : les Français semblent décaler leurs achats
- Les familles privilégient les marques nationales et profitent de cette période de promotions fortes marquée par une baisse des prix moyens.

« Dans un souci constant de rendre la vie des familles moins contraignante dans cette période cruciale, les marques nationales ont redoublé encore cette année de solutions en faveur de leur pouvoir d'achat. Cet effort conjoint des fabricants et des distributeurs pour répondre aux attentes des consommateurs se traduit par le maintien de promotions fortes sur la période. » s'exprime Nadège Héлары Présidente de l'AIPB et DG France de STAEDTLER.

LES ACHATS INCONTOURNABLES DE LA RENTRÉE SCOLAIRE

Conscients que les articles de papeterie constituent un équipement essentiel pour soutenir les apprentissages scolaires de leurs enfants, les parents sont très attentifs à la qualité des produits et à leur juste prix. Équiper ses enfants en crayons, cahiers et autre matériel pour bien préparer l'école reste un rituel incontournable pour les familles. Même si des arbitrages sont ou seront effectués, les parents recherchent la qualité des produits tandis que leurs enfants peuvent eux souhaiter des nouveautés, parmi lesquelles

on note les licences JO ou des offres qui feront la tendance dans les cartables.

LES INDUSTRIELS DE L'AIPB S'ATTENDENT À UNE ACCÉLÉRATION DES ACHATS LIÉS À LA RENTRÉE SCOLAIRE DANS CES PROCHAINS JOURS

Avec le versement de l'ARS (Allocation de la Rentrée Scolaire) le 20 août, le pic des ventes devrait s'accélérer ces jours-ci. Si depuis plusieurs années, la profession observe un décalage des achats des fournitures, ce dernier est accentué cette année par l'enthousiasme des familles pendant les JO.

DE QUELLE MANIÈRE LES FRANÇAIS ABORDENT- ILS LA RENTRÉE SCOLAIRE ?

Ce début d'été 2024 a soufflé le chaud et le froid sur les consommateurs français, entre incertitudes politiques, engouement pour les grands événements sportifs et attentisme quant aux perspectives économiques. Ainsi, les 1^{ères} semaines de ventes de la campagne de Rentrée des classes reflètent cette atmosphère. **À fin juillet 2024, les Français ont dépensé 124,9 millions d'euros en fournitures scolaires pour 37,3 millions d'articles achetés** dans les circuits* GSA, GSS Culture, Pure-Players généralistes et Grands magasins.

Ces 1^{ères} tendances partielles montrent une baisse d'activité marquée : -10,3% en chiffre d'affaires et -9,8% en volumes

par rapport à la même période en 2023 selon les données NielsenIQ – GfK, et toutes les catégories sont concernées.

Seuls les produits d'écriture sont quelque peu préservés, en recul plus modéré de -5% en CA et -7% en volume. À noter que ces premiers achats de Fournitures scolaires sont toujours concentrés dans les 2 catégories piliers du marché, à savoir Papier - Cahiers et Écriture - Traçage. Ensemble, elles représentent 70% du CA généré à fin juillet 2023 dans les deux circuits audités et 2 produits achetés sur 3 (65%). Certaines dynamiques positives émergent néanmoins. Les consommateurs ont notamment augmenté leurs achats de stylos roller balls (+16% en nombre d'unités vendues), de craies (+9%) et marqueurs (+5%) dans les circuits* audités en hebdomadaire.



TYPE DE PRODUITS	CA (MIO€ TTC)	EVOL%	UNITÉS VENDUES (MILLIONS)	EVOL%
PAPIER CAHIERS	45,7	-13,5%	11,5	-10,3%
ÉCRITURE TRAÇAGE	42,0	-5,0%	12,8	-7,4%
CLASSEMENT	16,9	-14,5%	5,6	-12,5%
ADHÉSIFS COLLES	12,4	-7,8%	3,4	-9,8%
ACCESSOIRES	7,8	-12,3%	4,1	-12,2%

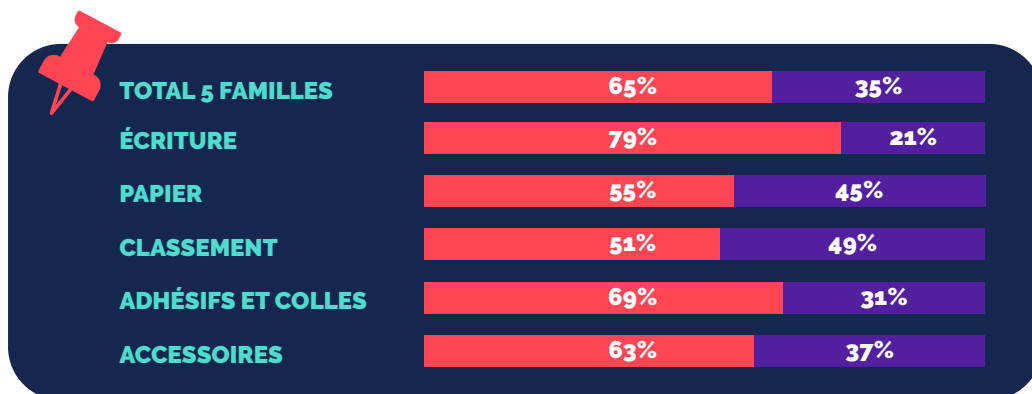
Parmi les 1^{ères} explications de ce contexte morose, il y a l'attentisme des consommateurs. En effet, les données NielsenIQ – GfK révèlent **une concentration des achats croissante depuis 3 ans une fois le versement de l'Allocation Rentrée Scolaire effectué**. Le poids du CA généré entre les semaines 26 et 30 en circuits hebdomadaires* est passé à 18% en 2023 quand les 4 semaines de fin août / début septembre pèsent désormais 56% du CA (+4 points vs 2021). Le phénomène devrait être encore à l'œuvre avec le décalage du versement de l'ARS au 20 août cette année.

AUTRE TENDANCE SURVEILLÉE PAR LES ACTEURS DU MARCHÉ : L'ÉVOLUTION DES PRIX MOYEN PAYÉS*

Ainsi, l'inflation s'est fortement modérée mais reste à +2,3% à fin juillet 2024 selon l'INSEE. Dans cette même perspective, les produits Rentrée scolaire affichent un prix moyen payé en recul de -0,5%. La situation est divergente d'une catégorie à l'autre : les produits de l'univers Papier sont à -3,5%, le Classement à -2,2% quand les produits d'écriture présentent une hausse de +2,6% et les Adhésifs +2,1%, soit +8 cts € respectivement. **Néanmoins, malgré une pression toujours réelle sur leurs budgets, les consommateurs ne renoncent pas à toutes leurs habitudes et leurs marques préférées.**

« À fin de semaine 30 2024, **les produits de marques nationales représentent 2 articles de fournitures scolaires sur 3 achetés en circuits*** GSA, GSS Culture, Pure-Players généralistes, Grands magasins : 65% en volume et jusqu'à 77% en revenu généré. Ce ratio est, à date, en augmentation par rapport aux précédentes campagnes de rentrée des classes (+1 à +1,5 point), illustrant l'attachement des Français aux marques malgré les aléas économiques et un prix moyen plus élevé pour un produit Marque Nationale (4,0€ en moyenne vs 2,2€ pour un article MDD) », commente Samuel Gimenez, expert Stationery pour NielsenIQ – GfK France. Les MDD sont plus importantes en volumes, sans passer majoritaires, dans les catégories Papier – Cahiers (45% d'achats en MDD) et Classement (49%).

POIDS VOLUME MARQUES NATIONALES / MARQUES DE DISTRIBUTEURS (S26-30 2024 ; CIRCUITS EN HEBDOMADAIRE)



LES FRANÇAIS SONT ATTACHÉS AUX MARQUES NATIONALES DE FOURNITURES SCOLAIRES.

MÉTHODOLOGIE NIELSENIQ – GFK

Périodes analysées : Semaines 26 à 30 2024 vs semaines identiques 2023.

Périmètre Circuits* restreint aux canaux audités en hebdomadaire soit GSA (>20 000 EANs) et GSS Culturelles/Pure-Players généralistes (>30 000 EANs). Les circuits Superstores et Fournituristes, soit 15% du marché Rentrée des classes, sont audités en mensuel.

Rayon Fournitures scolaires uniquement soit les catégories suivantes :

- Écriture : stylos à bille, rollers dont rollers gel et recharges, stylos à plume, cartouches pour stylos plume, feutres d'écriture, porte-mines, mines pour porte-mines, crayons graphite, marqueurs, surligneurs, feutres pour transparents, feutres de coloriage, crayons de coloriage, craies de coloriage, produits de correction, surfaces effaçables à sec (ardoises blanches).
- Papier : feuilles simples, copies doubles, cahiers, blocs, agendas, papier dessin, papier technique, manifolds

➤ Traçage : compas, ciseaux, équerres, gommages, règles, rapporteurs, taille-crayons et sets de traçage

➤ Classement : classeurs à anneaux et à levier, pochettes perforées et pochettes coin, intercalaires, chemises, boîtes de classement, boîtes d'archives, trieurs, protège-documents, protège-cahiers et rouleaux de protection

➤ Adhésifs : colles de papeterie, rubans adhésifs, notes repositionnables

Précision « Prix moyen payé » : audit des ventes en sortie de caisse soit le prix moyen payé net par le consommateur, reflétant les hausses ou baisses sur les étiquettes affichées en rayon, les choix produits des consommateurs dits « effets de mix » (haut de gamme ou 1^{ers} prix, nouveautés, MN / MDD...) et les remises directement appliquées en caisse. Les rabais sous forme de remboursement avec preuve d'achat ou de gagnottage ne sont pas intégrés au calcul.



ASSOCIATION DES INDUSTRIELS DE LA PAPETERIE ET DU BUREAU

L'AIPB, créée il y a 49 ans, rassemble 42 entreprises françaises, Sociétés familiales ou filiales françaises de groupes européens et internationaux, soit environ 10 000 salariés en France, représentant 145 marques de renommées internationales, et générant un chiffre d'affaires de plus de 1,2 milliard d'euros. L'association professionnelle regroupe des industriels d'équipement et de fournitures de bureau et scolaire et représente équitablement leurs marques sur ces deux secteurs du marché français de la fourniture

du bureau. 5 filières sont représentées : L'écriture et dessin, les petites fournitures, le Papier, le Classement et le matériel de bureau. L'AIPB a pour vocation la promotion de la qualité des produits des marques de ses adhérents, la sensibilisation de l'utilisateur à la valeur d'usage, et la mise en valeur de la capacité d'innovation de ses adhérents. Elle représente aussi les fabricants auprès des distributeurs, des pouvoirs publics et des organismes économiques.

Moderne, l'AIPB s'attache aussi à mettre en avant l'engagement et la responsabilité sociétale et environnementale de ses adhérents, tous certifiés ou labellisés.

CONTACTS PRESSE ØCONNECTION

NATALIE JOLLY
NJOLLY@OCONNECTION.FR
06 07 76 32 23

LUCILE PISSONNIER
LPISSONNIER@OCONNECTION.FR
07 50 51 95 11

EMMA GANTIN
EGANTIN@OCONNECTION.FR
07 77 04 73 34