



Association des Industriels
de la Papeterie et du Bureau

NielsenIQ

LA RENTRÉE DES CLASSES 2025

Bonne nouvelle pour le pouvoir d'achat des Français : prix en baisse dans les rayons depuis le début de la période.

À l'approche du versement de l'Allocation de Rentrée Scolaire le 19 août (ARS), **les industriels avec le soutien de NielsenIQ dévoilent les premières tendances de la rentrée des classes 2025**, issues des achats réalisés par les foyers français en rayons Papeterie et Écriture, au sein de circuits majeurs : grandes surfaces alimentaires (GSA), enseignes culturelles, grands magasins et pure-players généralistes. Les marques nationales, réunies au sein de l'Association des Industriels de la Papeterie et du Bureau, dressent un premier bilan à fin juillet.

Au 31 juillet 2025, **les Français ont bel et bien entamé leurs achats de rentrée**, et la campagne 2024-2025 (semaines 26 à 30) affiche **une très belle progression de +9.1% en volume** par rapport à juillet 2024, soit un vrai retour du dynamisme !

Baisse
des prix à

-3,4%

en GSA

-6,2%

en circuits
spécialisés

**131 M€
DE CA**

soit + 5,2% vs 2024

32,7M€

de CA pour l'écriture

35,9M€

de CA pour le papier

3 SUR 4

sont des produits de marque
nationale achetés,
car ils offrent
les meilleurs rapports
qualité/prix



NOTRE FILIÈRE SE MOBILISE POUR OFFRIR LE MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ/PRIX AUX FAMILLES LORS DE LA RENTRÉE SCOLAIRE.

« L'implantation en magasin de la rentrée des classes s'étend sur dix semaines, La dernière de juin jusqu'au 10 premier jours de septembre, pendant lesquelles les prix restent très compétitifs, quelle que soit la catégorie de produits concernée. Si les promotions peuvent évoluer au fil des jours, nous n'observons pas de variations significatives de l'indice prix entre les premières et les dernières semaines. De plus, nous avons pu constater sur ce début de période une réelle baisse des prix sur l'ensemble des segments et des circuits de distribution. » mentionne **Nadège HELARY, la Présidente de l'AIPB (Association des Industriels de la Papeterie et du Bureau)**.

« Néanmoins, c'est autour de la mi-août que se concentrent les plus fortes opérations promotionnelles. Les familles les plus impactées par la baisse du pouvoir d'achat privilégieront cette période pour faire leurs achats, d'autant que l'allocation de rentrée scolaire (ARS) sera versée cette année à partir du 19 août en métropole. Cependant chaque famille adoptera sa période d'achat selon ses exigences : priorité au choix des références produits, au prix ou encore à plus de tranquillité dans les rayons » poursuit **Nadège HELARY**.

À FIN JUILLET 2025, LES POINTS À RETENIR :

Les consommateurs constateront une baisse moyenne des prix sur les produits de rentrée scolaire de **(-)3.4% en GSA et de (-)6.2% en circuits spécialisés** (enseignes culturelles et pure-players généralistes), à références et périodes de vente équivalentes alors que parallèlement l'inflation est encore positive et de 1% sur juillet (source INSEE).

Le chiffre d'affaires est lui aussi orienté à la hausse pour la plupart des catégories à fin juillet, une lecture plus fine révèle des dynamiques légèrement différentes selon les circuits de distribution.

131 M€ DE CA

réalisés dans les circuits GSA / GSS Culture / Pure-Players généralistes, en hausse de +5.2% vs 2024.

75%

des catégories de produits progressent en CA.

“

Cette année, les acteurs du marché doivent composer avec un historique difficile – la campagne 2024 avait démarré sur une dynamique défavorable avec un contexte marqué par l'inflation, les incertitudes géopolitiques et politique intérieure, et les jeux olympiques.

SAMUEL GIMENEZ, consultant NielsenIQ Market Intelligence Stationery.

”

PAPETERIE ET ÉCRITURE : LES MOTEURS DE LA RENTRÉE 2025

En ce début d'été, les familles Écriture et Papier confirment leur rôle central dans les achats de rentrée : à elles seules, elles représentent deux produits sur trois achetés dans les circuits GSA, enseignes culturelles et pure-players généralistes.

À fin juillet 2025, ces deux catégories clés ont généré respectivement **plus de 32.7 millions d'euros pour l'Écriture et 35.9 millions d'euros pour le Papier.**



QUELS SONT LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION LES PLUS DYNAMIQUES SUR CETTE PÉRIODE ?

La grande distribution reste le circuit de référence pour les fournitures scolaires, **captant 84.7% des volumes et 77.2% du chiffre d'affaires à date.**

Cependant, les spécialistes et superstores affichent une croissance plus forte que la GSA en ce début de campagne.

Enfin, les marques nationales dominent toujours le marché. Signe de qualité, les marques nationales conservent une position dominante, elles représentent **trois articles achetés sur quatre**, et elles continuent de gagner des points de part de marché (+0.8pts).

QUELLES SONT LES TENDANCES PRODUIT EN VOLUME ?

Dans le détail, les tendances observées en GSA sont orientées à la hausse en volume sur l'ensemble des familles de produits. Le constat est identique dans les circuits Spécialistes qui affichent une croissance notable, à la fois en volume et en valeur, sur la majorité des catégories.

À mi-parcours de la campagne, certains produits tirent leur épingle du jeu en GSA. Comme le souligne **Samuel Gimenez**, « les pochettes perforées (+21.5 % en volume), les trieurs (+19.7%)

et les crayons de papier (+15.9 %) figurent parmi les produits phares des paniers de rentrée en ce milieu de campagne ».

En revanche, les stylos plume, les feutres de coloriage et les notes repositionnables accusent un net recul en volume.



GSA % EVOL VOLUME EN 1 AN



Du côté des circuits spécialisés, les consommateurs ont clairement renforcé leurs achats de produits d'écriture. En tête des progressions volume : Les **stylos rollers (+58,3%)**,

suivis des **recharges (+37,7%)**, et les **stylos billes (+30,6%)**, les notes repositionnables sont le seul produit hors écriture du top 5 avec **une croissance de +32,2%**.

SPÉCIALISTES CULTURELS ET PUREPLAYERS GÉNÉRALISTES

% EVOL VOLUME EN 1 AN



ENFIN, LES MARQUES NATIONALES DOMINENT TOUJOURS LE MARCHÉ

Signe de qualité, les marques nationales conservent une position dominante, elles représentent **trois articles achetés sur quatre**, et elles continuent de gagner des points de part de marché (+0.8pts).

LES FABRICANTS DE L'AIPB ANALYSENT LES TENDANCES DE LA RENTRÉE DES CLASSES 2025 :

Alors que les familles débutent leurs achats en magasins, les industriels se montrent confiants, tout en restant attentifs aux profondes évolutions qui transforment le marché depuis cinq ans. Ces mutations, obligent l'ensemble de la filière à s'adapter et à innover pour continuer à répondre aux attentes des familles.



La baisse de la natalité impacte directement les effectifs scolaires.

À la rentrée de septembre 2025, le premier degré comptera 6 169 800 élèves, soit 90 700 de moins que l'année précédente.



L'accélération de la digitalisation des pratiques, ensuite.

Le numérique s'installe durablement dans les pratiques éducatives. Et pourtant, les Français conservent un fort attachement à l'écriture manuscrite, dont ils reconnaissent la valeur pédagogique et la contribution essentielle à la réflexion et à la créativité. 97% d'entre eux estiment nécessaire de développer la pratique de l'écriture à l'école.



Innover pour proposer des produits adaptés aux apprentissages durables, à des prix justes :

tel est l'engagement des industriels membres de l'AIPB. Une volonté qui se traduit concrètement : la moitié des adhérents déclarent que plus de 50 % de leurs gammes bénéficient déjà d'une certification écologique, qu'il s'agisse de l'Écolabel européen ou de labels forestiers reconnus.



Côté tendances en rayon plusieurs produits "coup de cœur" émergent déjà cette année.

Les teintes pastel s'imposent comme une valeur sûre, sur tous les segments de produits, tandis que les collections inspirées de l'univers manga séduisent un public toujours plus large – filles comme garçons.

“

Face à une concurrence qui s'apparente parfois à du dumping, les industriels regroupés au sein de l'AIPB défendent une autre vision celle de la « valeur d'usage ». Nos marques conçoivent des fournitures scolaires durables, à des prix accessibles, et réellement utiles pour les élèves tout au long de leur parcours scolaire. Dans un contexte difficile, la réponse des industriels est claire : investir et innover.

Aujourd'hui, avec l'émergence des « troubles d'YS », qui concernent 6 à 8% des enfants scolarisés en France, les marques reconnues sont les seules à concevoir des outils en lien avec les enseignants, des fournitures adaptées à la progression de chaque enfant, pour les aider à développer et à préserver les compétences fondamentales.

Nadège HELARY – Présidente de l'AIPB

”

DEPUIS 50 ANS...

50
ANS
1975 ■ 2025

aipb
Association des Industriels
de la Papeterie et du Bureau



Les marques nationales regroupées au sein de l'AIPB s'engagent pleinement dans une démarche responsable, avec des investissements importants en RSE. Leur objectif : concevoir des produits respectueux, tant sur le plan économique que social. Par ailleurs, ces entreprises poursuivent leurs efforts promotionnels durant la période de la rentrée scolaire, afin de rendre leurs fournitures accessibles au plus grand nombre. Elles s'unissent ainsi pour permettre aux familles d'équiper leurs enfants dans les meilleures conditions, avec des produits de qualité et à des prix justes. Les industriels sont déterminés à fournir des outils adaptés aux besoins des écoliers et des professionnels de demain.



Partenariat AIPB x Dons solidaires : 2000 cartables offerts à des familles défavorisées.

Engagée en faveur des apprentissages pour tous et de l'accès équitable à des fournitures scolaires de qualité, l'AIPB a souhaité coordonner une initiative de don collectif, constatant que la plupart de ses adhérents procédait à des dons individuels à chaque rentrée.

Pour la troisième année consécutive, l'AIPB s'associe donc à l'association Dons Solidaires afin d'équiper plus de 80 000 élèves de primaire en situation de précarité avec des fournitures scolaires adaptées

“ Il est essentiel que tous les enfants, y compris les plus défavorisés, aient accès à des fournitures de grande marque, c'est-à-dire à des outils de qualité au service de leurs apprentissages, indique Nadège Héлары. Ce geste constitue un véritable coup de pouce pour créer des conditions favorables à leur réussite scolaire et une initiative concrète en faveur de l'égalité des chances à l'école. ”

Cette année, 2000 kits scolaires complets, d'une valeur unitaire de près de 100 euros, seront être distribués à des familles en difficultés sur l'ensemble du territoire. Chaque kit comprend : agendas, trousse, surligneurs, stylos et crayons de couleurs, porte-mines, ciseaux, gommes, colles, règles, etc. Au total ce don représente une valeur de 200 000 euros.

PROCHAIN RENDEZ-VOUS

**CONFÉRENCE DE PRESSE RENTRÉE SCOLAIRE
EN PRÉSENCE DES FABRICANTS ET NIELSEN IQ**

LE VENDREDI 29 AOÛT À 11H EN VISIO

50
ANS
1975 ■ 2025

aipb
Association des Industriels
de la Papeterie et du Bureau

NielsenIQ

WWW.AIPB.FR

NOTES MÉTHODOLOGIQUES

* **RAYON FOURNITURES SCOLAIRES UNIQUEMENT ET PÉRIODES ANALYSÉES** : Semaines 26 à 30 2025 vs semaines identiques 2024.

** **CIRCUITS AUDITÉS EN HEBDOMADAIRE** : GSA, GSS Culturelles/Pure-Players généralistes. Base d'analyse des prix : 20 503 EANs distincts en GSA et 30 374 EANs en GSS/PP, vendus entre les semaines 26 et 30 des années 2025 / 2024.

Détails des catégories « fournitures scolaires »

- > **ARTICLES D'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).
- > **ARTICLES DE TRAÇAGE** : compas, ciseaux, équerres, gommages, règles, rapporteurs, taille-crayons et sets de traçage
- > **ARTICLE DE PAPIER** : feuilles simples, copies doubles, cahiers, blocs, agendas, papier dessin, papier technique, manifolds
- > **ARTICLE DE 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
- > **ARTICLES D'ADHÉSIFS** : colles de papeterie, rubans adhésifs, notes repositionnables



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.

NielsenIQ

À PROPOS DE NIQ

NielsenIQ (NIQ) est un leader de la connaissance consommateur, offrant la vision la plus complète des comportements d'achat et révélant de nouvelles opportunités de croissance. Notre présence mondiale s'étend à plus de 90 pays, couvrant environ 85 % de la population mondiale et plus de 7 200 milliards de dollars de dépenses de consommation. Grâce

à une lecture holistique des ventes en grande distribution et aux insights consommateurs les plus complets — délivrés via des analyses avancées et des plateformes de pointe — NIQ offre The Full View™. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.niq.com.

CONTACTS PRESSE ØCONNECTION

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

MARIE MARQUET
MMARQUET@OCONNECTION.FR
06 76 29 63 85

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