

Tesco lance des rayons « discount »

Malmené sur son marché domestique, où le hard-discount grignote des parts de marché, Tesco lance une initiative déjà éprouvée en France chez Auchan (premier à avoir imaginé le service), Carrefour ou Casino, mais qui n'a jamais percé de l'autre côté de la Manche : des rayons « petits budgets ». Dans le détail, selon le *Financial Times*, il s'agira de rayons où tous les produits seront vendus au prix de 1 £ ou moins.

Il pourra aussi s'agir de conditionnements plus petits de produits vendus par ailleurs dans le magasin. 60 points de vente vont s'essayer à cette nouvelle offre commerciale, qui pourrait rapidement s'étendre à une centaine d'autres. Tesco avait déjà expérimenté des « zones promotionnelles » avec des produits à 1 £, en 2009, un an après avoir lancé une MDD discount, dont la plupart des références avaient ensuite disparu des rayons. En plus



de la concurrence traditionnelle d'Asda ou de Sainsbury's, très agressifs sur les prix, Tesco doit, comme les autres distributeurs traditionnels, faire face au hard-discount (Aldi et Lidl), chez qui les classes moyennes ont pris leurs aises au plus fort de la crise, mais également à un format très populaire chez les Anglo-Saxons, les « one pound stores », dont le concept consiste à ne proposer que des produits à 1 £ (LSA n° 2309). ■■