# Retail Report 2025 (2/2) : quelles évolutions du côté des consommateurs ?



À l'occasion de la présentation des résultats de la troisième édition du Retail Report le 3 mars dernier, Luxembourg Confederation a également présenté les résultats d'une étude réalisée en collaboration avec EY sur l'évolution des tendances de consommation.

Connaitre l'évolution des **tendances de consommation** et ce qui prend de l'importance aux yeux des consommateurs, est crucial pour l'élaboration des stratégies de développement des commerces. En effet, le pouvoir d'achat moyen au Luxembourg est certes élevé mais les consommateurs affichent un indice de confiance en diminution au gré des crises (source : Banque centrale de Luxembourg). Ils se posent davantage de questions sur l'avenir de leur situation financière. D'autres tendances impactent la consommation dont la montée inexorable du digital qui concurrence certains commerces physiques et l'attention accrue que portent les consommateurs à la durabilité.

Ces éléments induisent de **nouvelles façons de consommer** qui peuvent être autant d'opportunités pour les commerçants. Pour identifier les pistes de développement à explorer, Luxembourg Confederation a confié à EY une étude dont les résultats mettent en parallèle les nouvelles attentes observées auprès des consommateurs et des recommandations pour y répondre au mieux.

Trois grands secteurs de consommation ont été étudiés : l'alimentation, l'ameublement ainsi que la mode. Voici quelques exemples d'enseignements tirés de cette étude :

**Pour le commerce alimentaire :**

| **Tendances** | **Recommandations** |
|---|---|
| Succès des produits Bio | Aménager des espaces dédiés pour faciliter l'i de ces produits |
| Demande de produits régionaux | Les signaler de façon visible et proposer des dégustations, des formats cadeaux… |
| Disposition à payer plus pour la qualité | Proposer des gammes premium et des emball soignés |
| Consommation nomade | Aménager des zones dédiées et proposer des adaptés au *Take away* |

**Pour l'ameublement :**

| **Tendances** | **Recommandations** |
|---|---|
| Demande de meubles sur-mesure | Proposer des solutions de co-création, soigne client (livraison, montage, maintenance…) |
| Demande de meubles connectés | Proposer une gamme avec contrôle à distance fonctionnalités, showroom de démonstration |
| Meubles vintage et upcyclés | Valoriser le caractère unique de chaque pièce sur l'origine et le processus de restauration |
| e-commerce | Soigner particulièrement l'expérience de l'inter utiliser des outils de visualisation, soigner livra installation au domicile |

**Pour la mode :**

| Tendances | Recommandations |
| --- | --- |
| Succès des *concept stores* | Créer une ambiance unique, exploiter les rése pour accroitre la notoriété |
| Mode inclusive | Faire des campagnes marketing qui mettent e diversité des modèles |
| Personnalisation | Organiser un espace atelier pour ajouter des é uniques |
| Seconde main | Élaborer des programmes de reprise dans les aménager des espaces dédiés ou organiser d événements vide-dressing |

Retrouvez l’étude complète ici .