

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Décembre 2023

➔ **LE MARCHÉ**

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

TOUS LES MOIS

UN NIVEAU D'ANALYSE INÉGALÉ

ECO/CONSO - RETAIL FRANCE - RETAIL WORLD

Nos engagements :

- > Droit au but : une info 100 % décryptée et mise en scène
- > La qualité d'analyse (et la liberté de ton) "Editions Dauvers"
- > Des infos exclusives dans chaque numéro (ou on rembourse ;-)

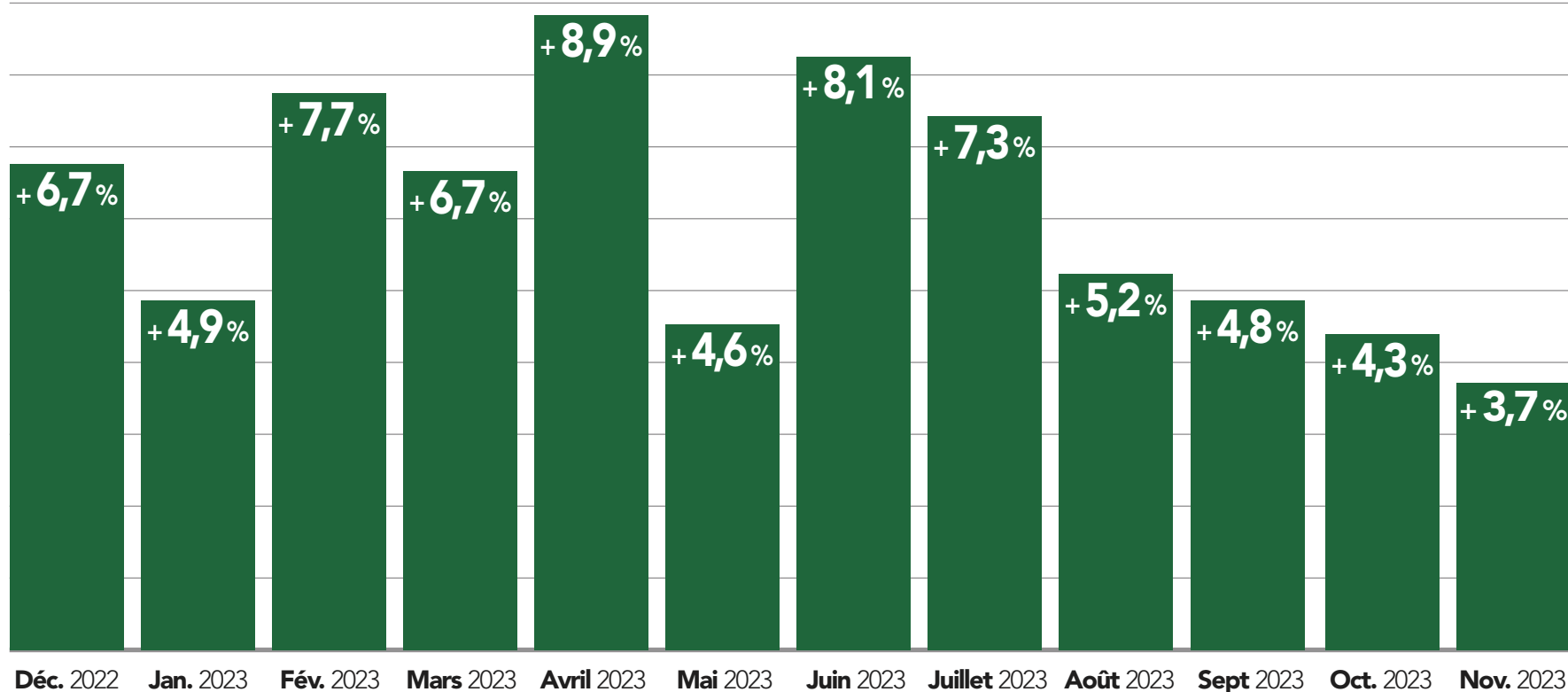
VIGIE GRANDE CONSO



Demande d'exemplaire et tarif : caroline.bazin@editionsdauvers.fr

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers-supers-ecommerce GSA



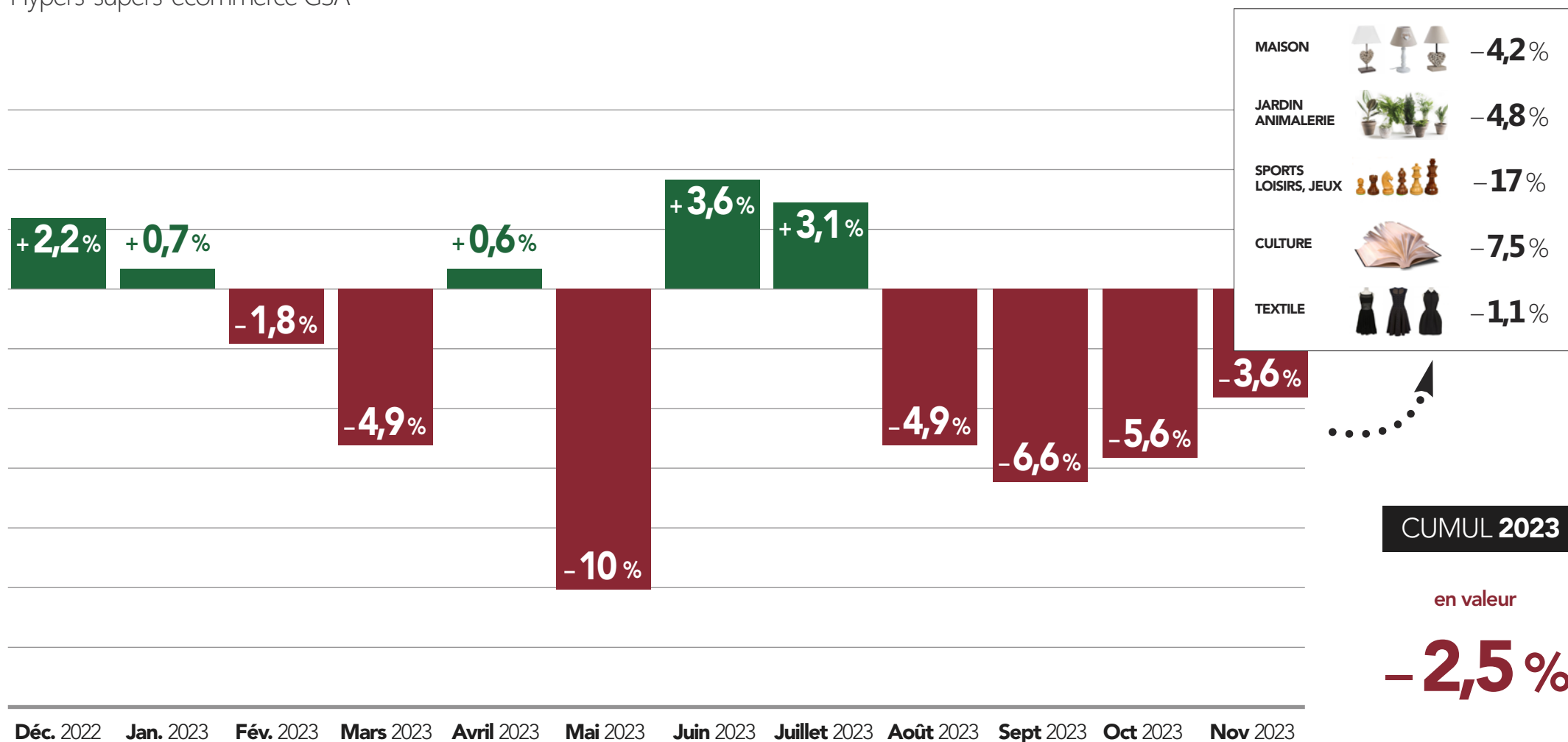
CUMUL 2023

en valeur

+ 6,3%

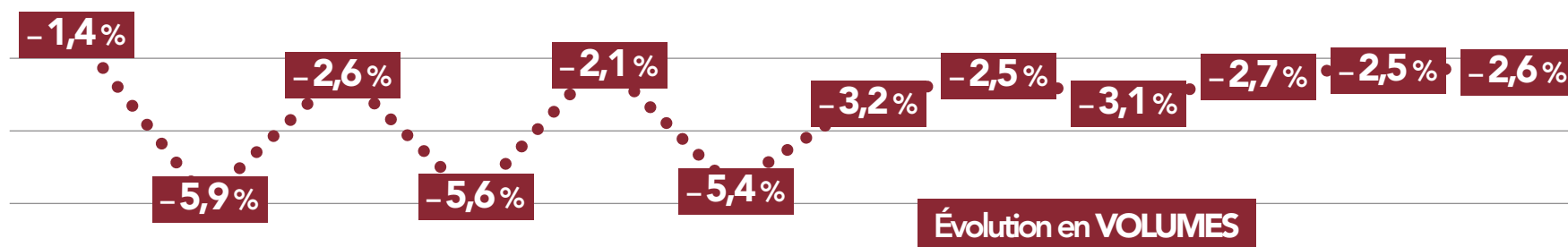
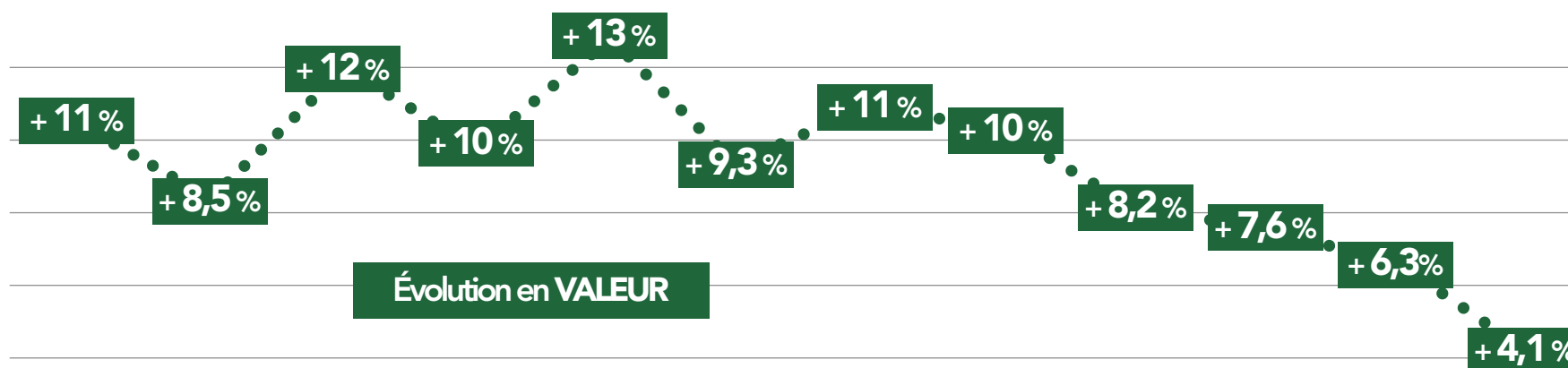
ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers-supers-e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volume / valeur, tous circuits GSA

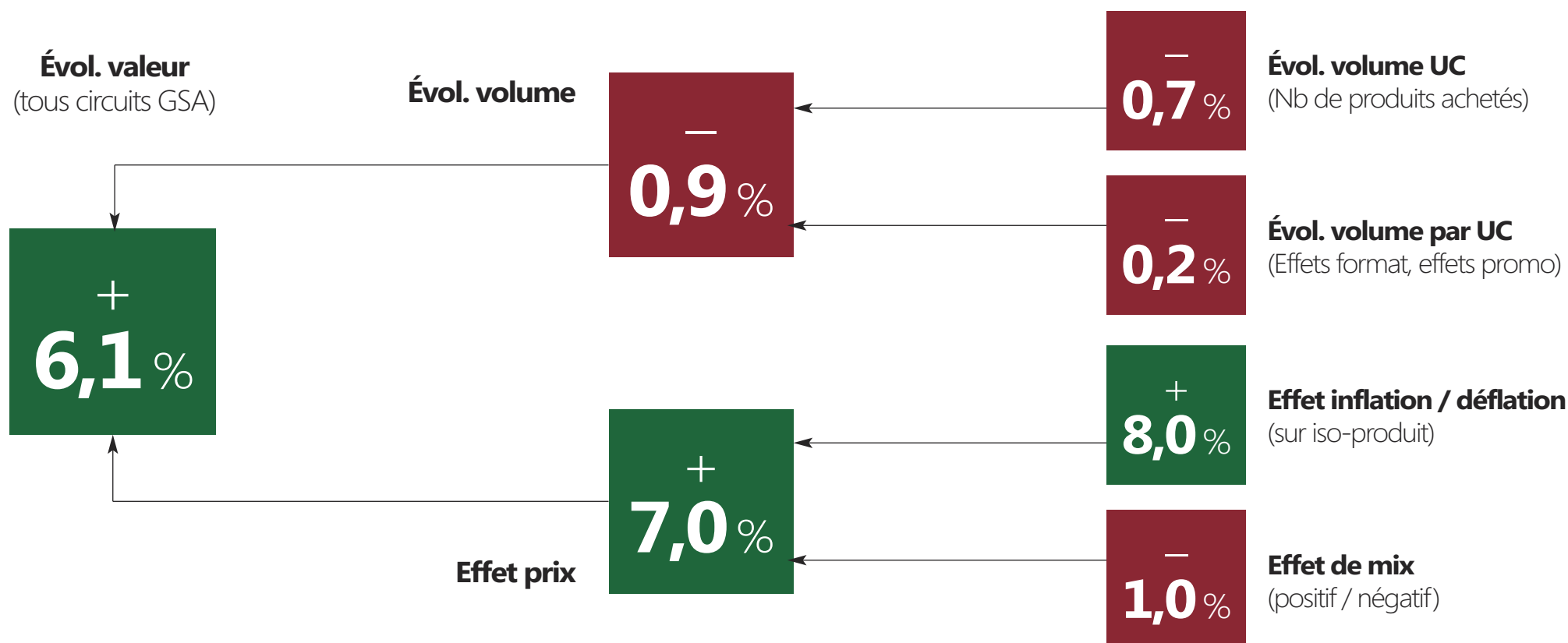


Déc. 2022 Jan. 2023 Fév. 2023 Mars 2023 Avril 2023 Mai 2023 Juin 2023 Juillet 2023 Août 2023 Sept. 2023 Oct. 2023 Nov. 2023

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

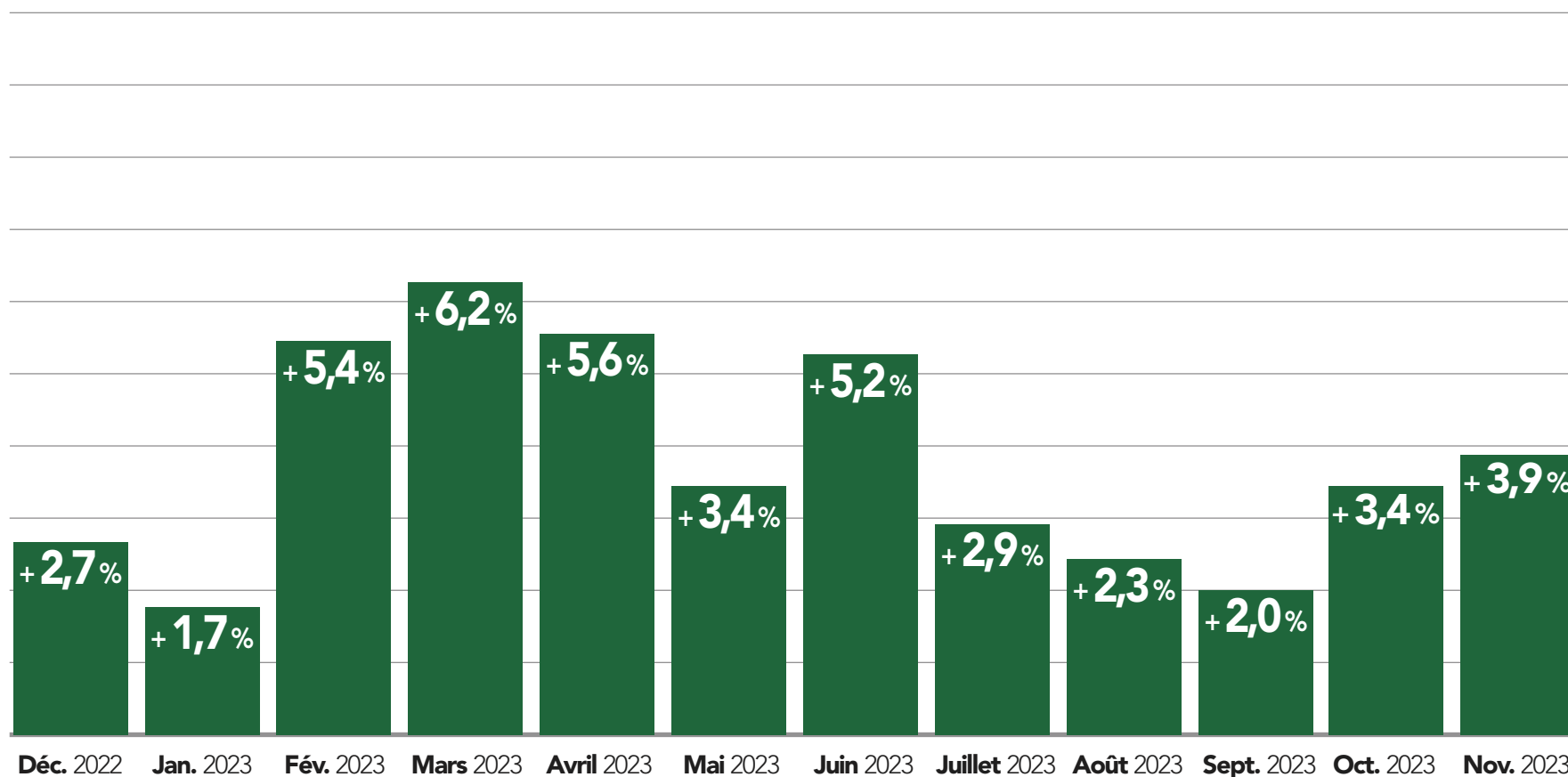
NielsenIQ

P 11 2023, PGC Frais LS



ÉVOLUTION DU CA **POIDS VARIABLE** (frais traditionnel)

Hypers-supers-e-commerce GSA



CUMUL 2023

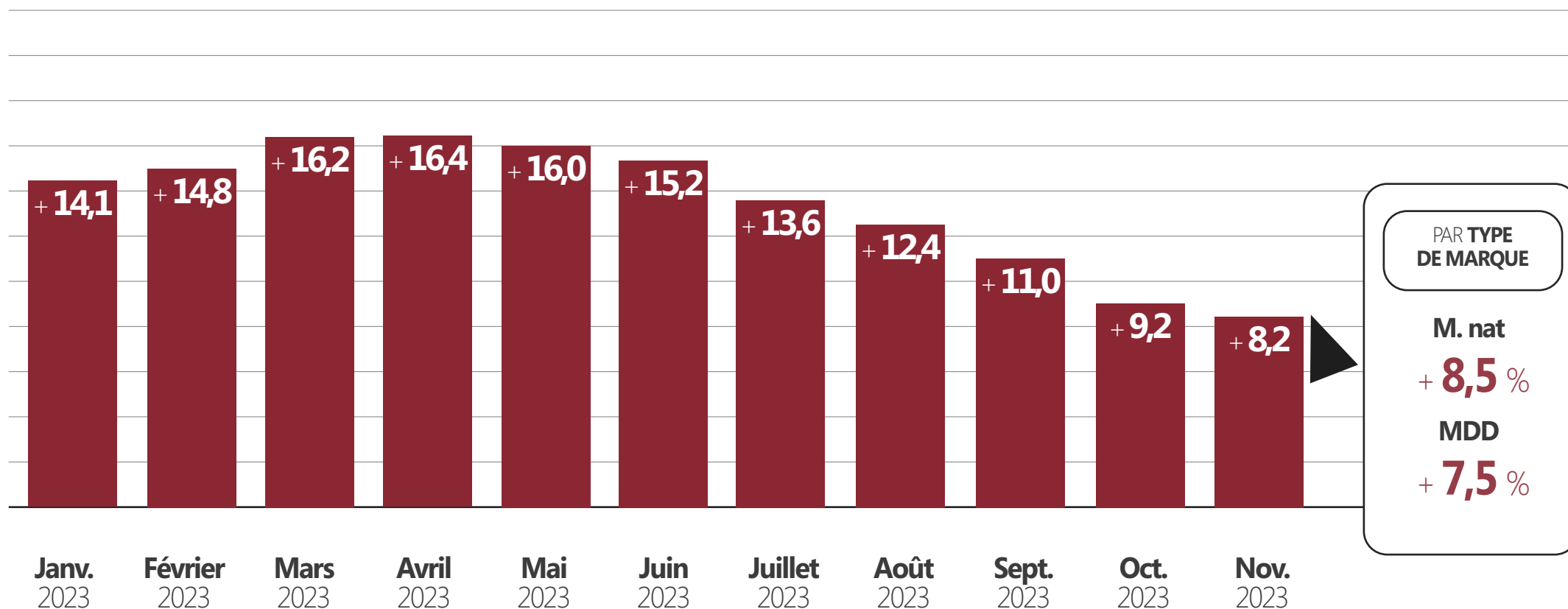
en valeur

+ 3,9 %

ÉVOLUTION DES **PRIX PGC FRAIS LS**

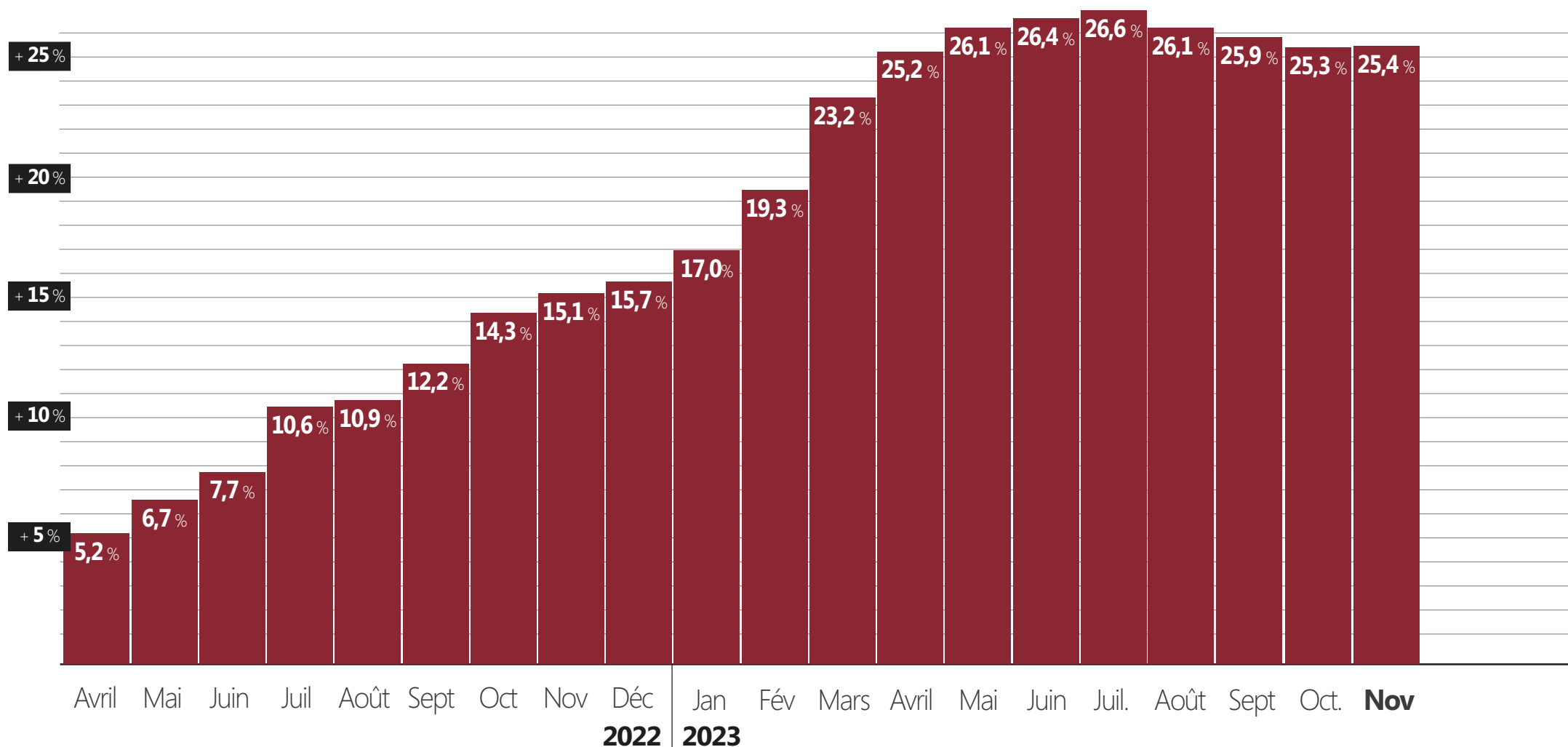


> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



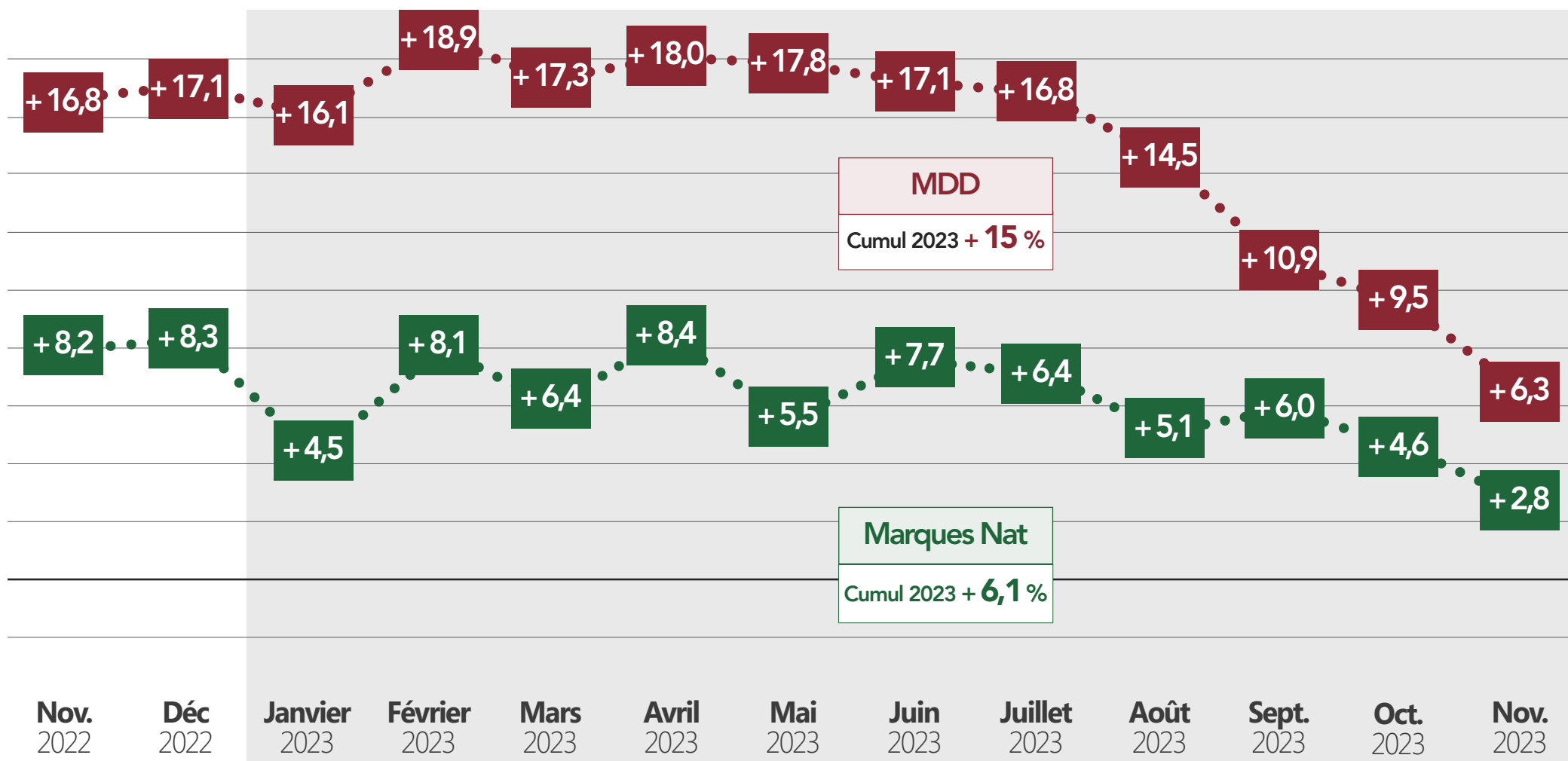
L'INFLATION D'UN PANIER DE 150 "STARS" DES RAYONS ALIMENTAIRES

a3distrib
by NielsenIQ



ÉVOLUTION DES VENTES MDD ET MN (% VS N-1)

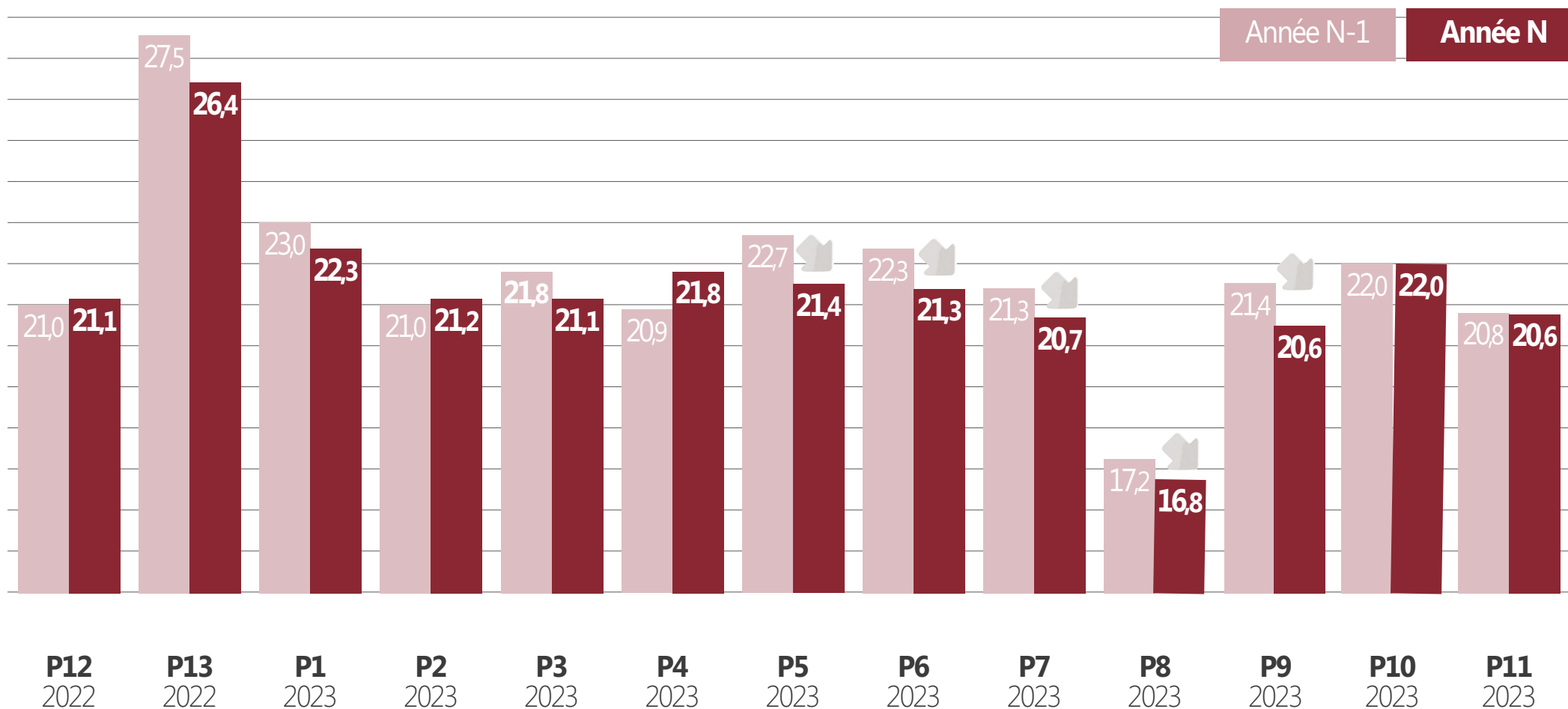
Sur PGC / Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

% des ventes promo sur PGC / Frais LS, HM/SM



LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P11 2023

% des ventes sur PGC / Frais LS

VALEUR

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



Urbaine

Rurale



Drive

LAD

+ 3,5 %

+ 9,3 %

+ 5,9 %

+ 1,4 %

+ 6,4 %

+ 6,6 %

+ 4,9 %

+ 14 %

+ 14 %

Évol
du CA

17,3 %

20,0 %

37,2 %

20,4 %

11,8 %

32,2 %

6,7 %

2,4 %

9,1 %

13,0 %

7,6 %

0,8 %

8,5 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P11 2023

NielsenIQ

% des ventes sur PGC / Frais LS

VALEUR



HM > 7 500 m² HM < 7 500 m²



SM > 2 000 m² SM < 2 000 m²



Urbaine Rurale



Drive LAD

+ 6,6 % + 11 % + 11 % + 4,6 % + 12 % + 12 % + 12 % + 12 % + 10 %

Évol
du CA

17,2 % 20,0 % 20,7 % 12,1 % 6,7 % 2,6 % 12,6 % 7,5 % 0,8 %

37,1 % 32,8 % 9,2 % 8,3 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P11 2023

En volumes UC sur PGC / Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



Urbaine

Rurale



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

– 3,8 %

+ 2,1 %

+ 0,1 %

– 3,6 %

– 1,0 %

– 1,5 %

– 1,9 %

+ 4,7 %

+ 5,2 %

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P11 2023

En volumes UC sur PGC / Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



Urbaine

Rurale



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

− 4,4 %

+ 0,9 %

+ 0,1 %

− 5,3 %

+ 0,5 %

− 0,7 %

− 1,3 %

0,0 %

− 2,0 %

Évol
des
volumes

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS

Janvier-Novembre 2023 vs N-1, tous circuits



Entretien

Spiritueux
Champ.

Hygiène

Bières
Cidres

BRSA
Eaux

Épicerie
salée

Surgelés
Glaces

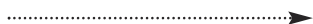
Frais non
laitier

Épicerie
sucrée

Crémèrie

Moyenne PGC FLS

-3,5%



-8,0%

-6,5%

-6,2%

-4,4%

-3,7%

-3,6%

-3,5%

-3,3%

-1,4%

-0,9%

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS

Janvier-Novembre 2023 vs N-1, tous circuits



Entretien

Spiritueux
Champ.

Hygiène

Bières
Cidres

BRSA
Eaux

Épicerie
salée

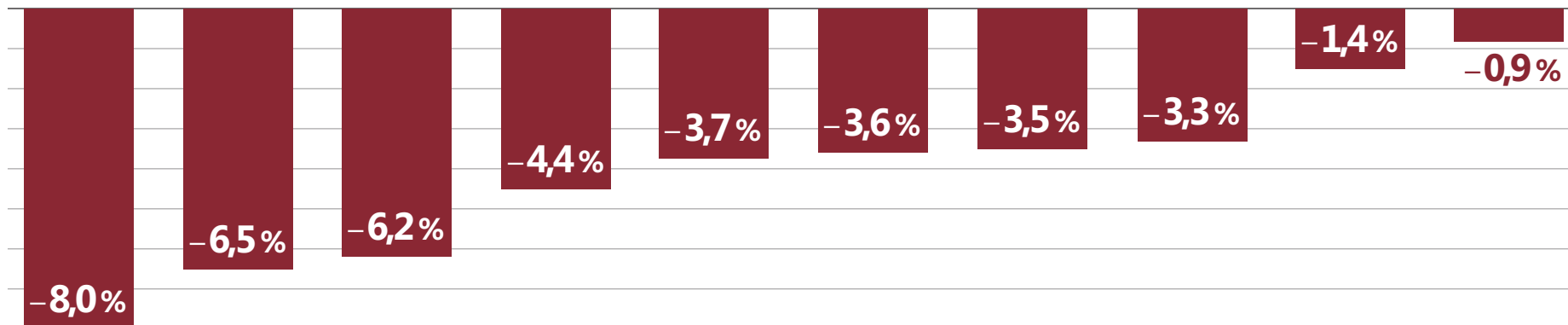
Surgelés
Glaces

Frais non
laitier

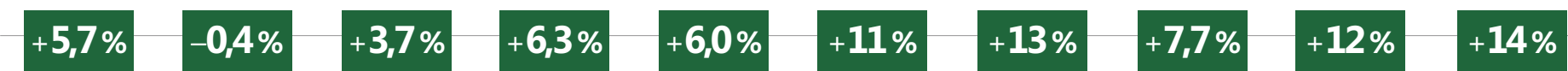
Épicerie
sucrée

Crémèrie

Moyenne PGC FLS
-3,5%



Évol CA

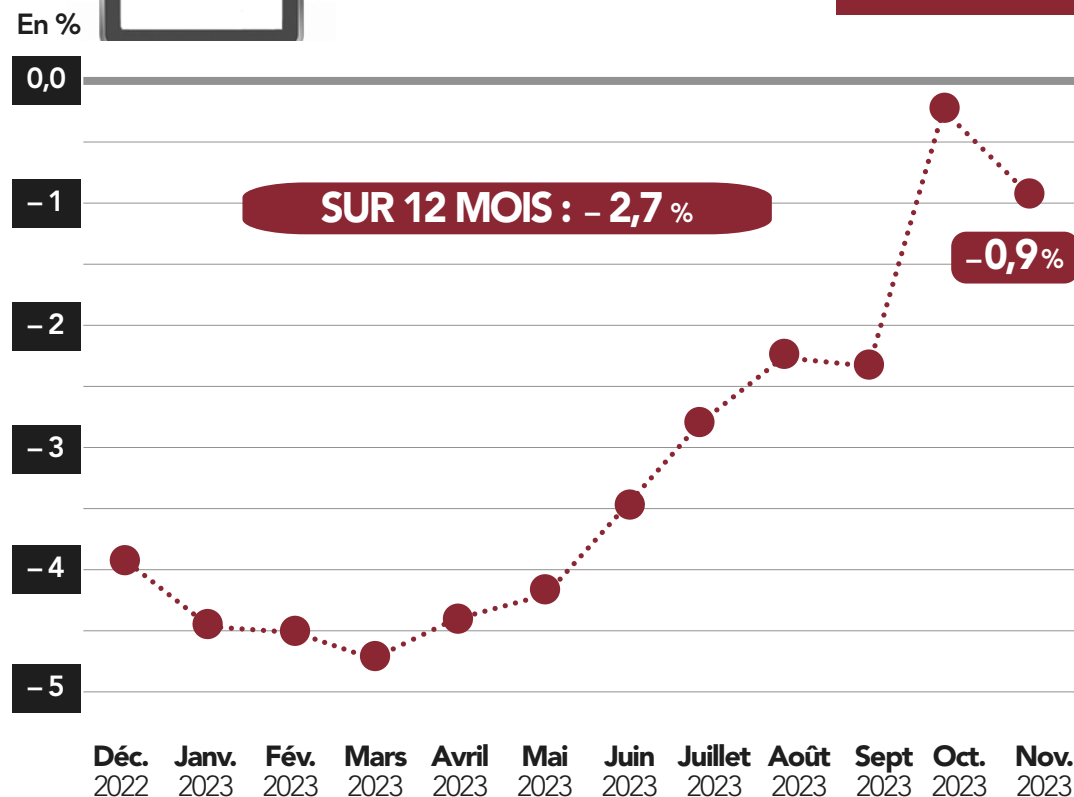


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

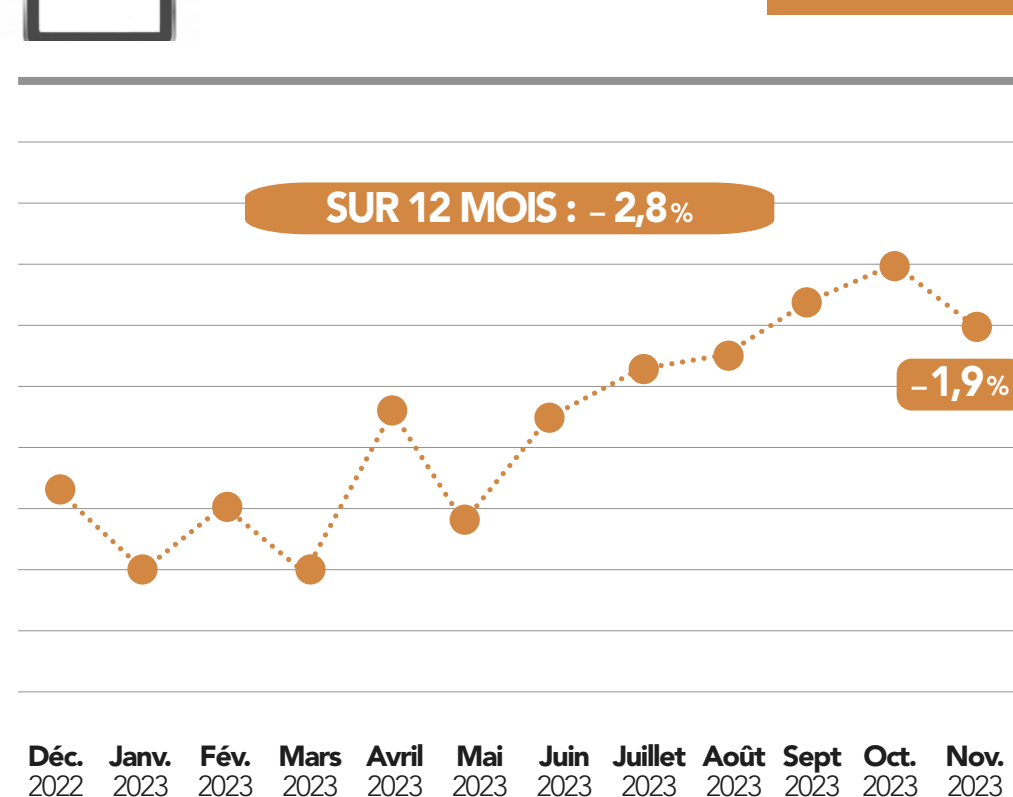
Evol. nombre d'EAN hebdo / Mag – PGC FLS



HYPERS



SUPERS

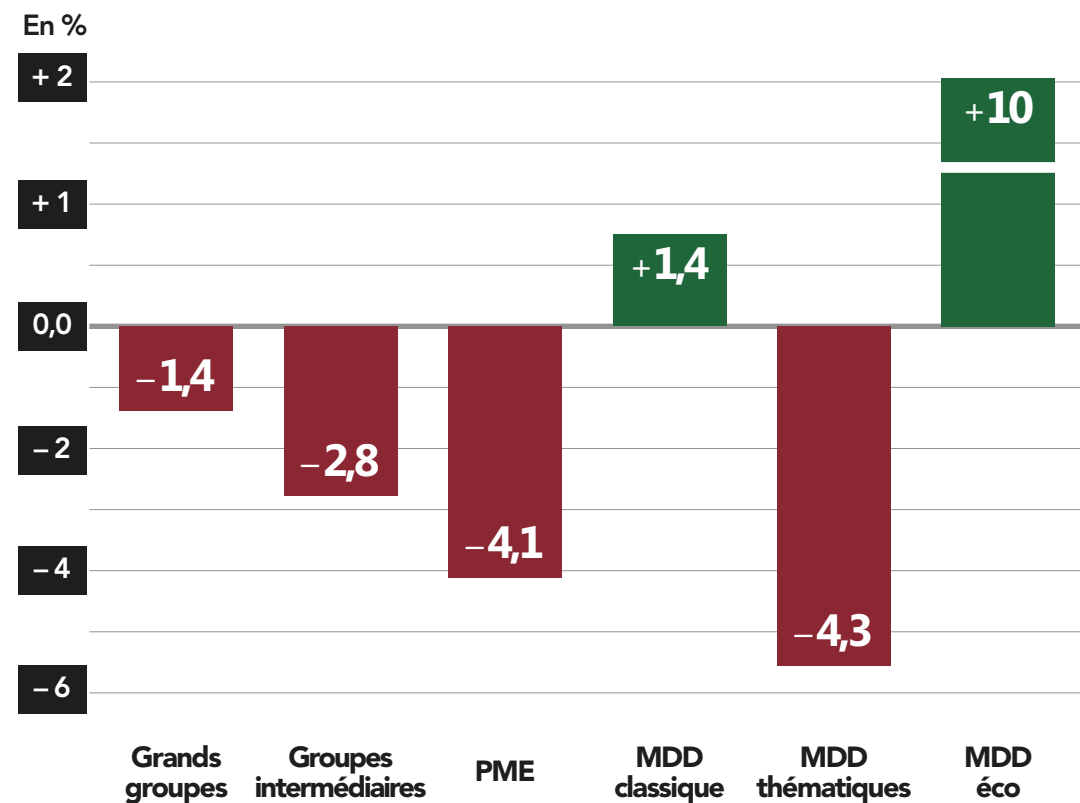


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

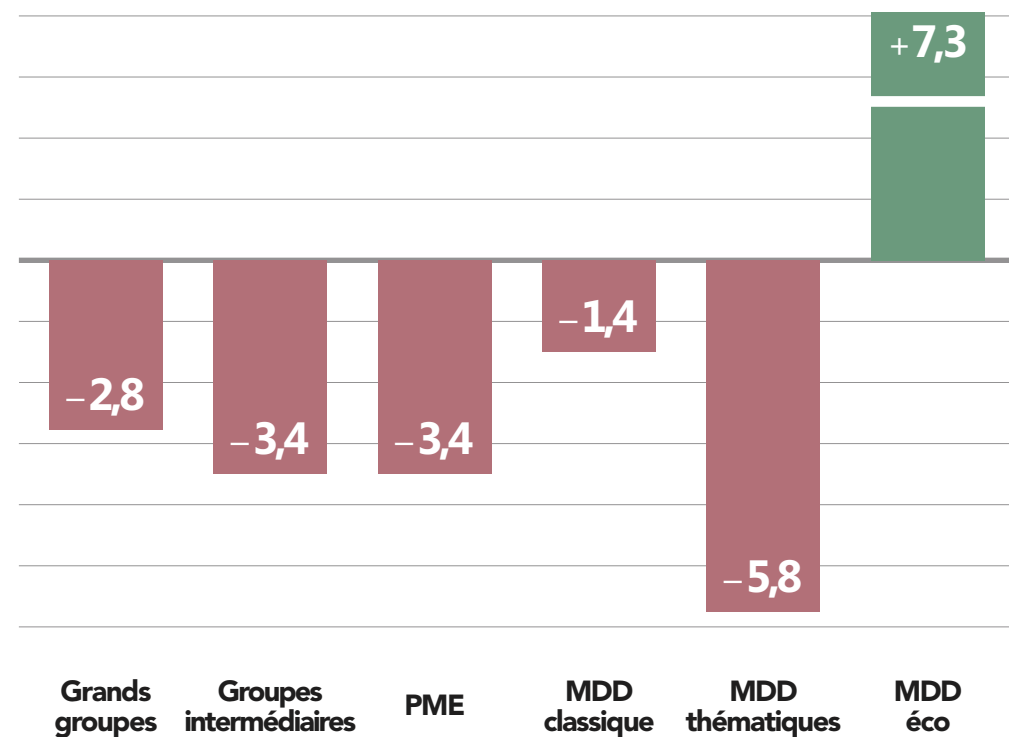
Evol. nombre d'EAN hebdo / Mag – PGC FLS



NOVEMBRE



CUMUL JANVIER-NOVEMBRE



PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P1 > P11 2023, en valeur. Parts de marché et évolution des ventes

MN
65,5 %

MDD
34,3 %

Grands
groupes
47,6 %

ETI
8,6 %

PME
7,3 %

TPE
2,0 %

Standard
29,2 %

Bio
1,9 %

Premium
1,4 %

1^{ers} prix
1,9 %

Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **7,2 %**

+ **6,3 %**

+ **4,8 %**

+ **7,1 %**

+ **15,8 %**

+ **1,7 %**

+ **4,2 %**

+ **43 %**

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

➔ **LES ENSEIGNES**

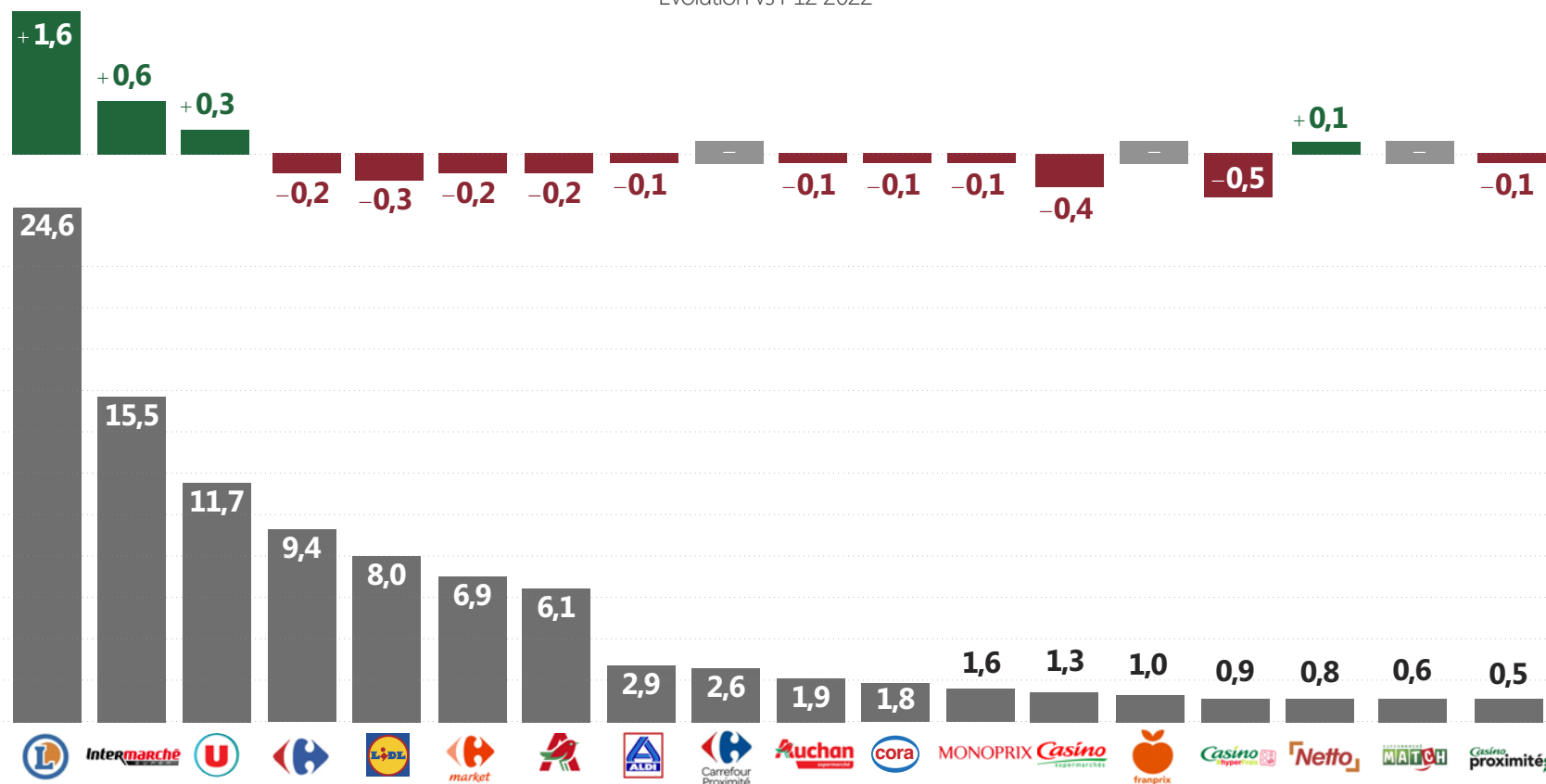
LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P12

(Univers : HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %)

KANTAR

Évolution vs P12 2022



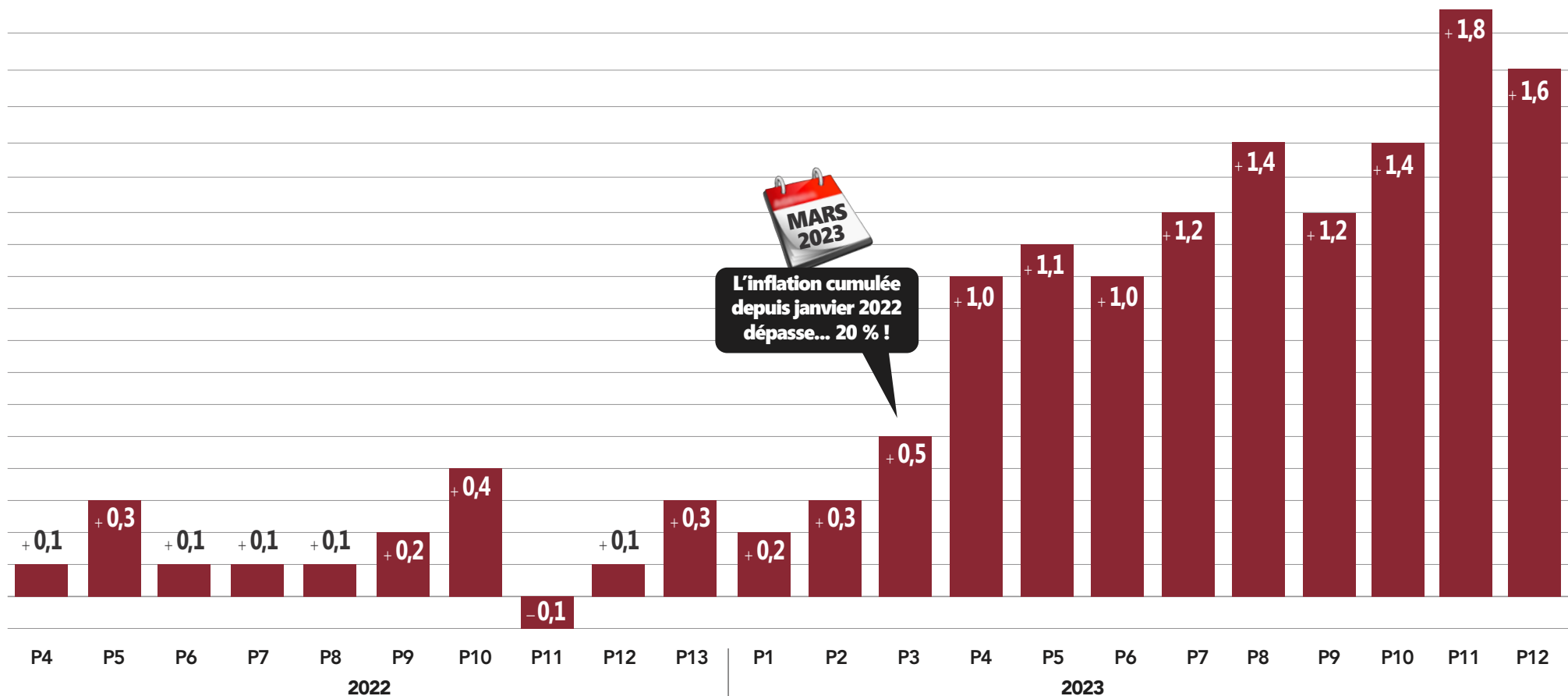
Évolution vs P12 2021

+1,8 +0,8 +0,5 -0,5 -0,2 -0,2 -0,4 0 +0,1 -0,1 -0,1 -0,2 -0,4 0 -1,0 +0,1 0 -0,1

L'ÉVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ DE LECLERC

(Univers : HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %)

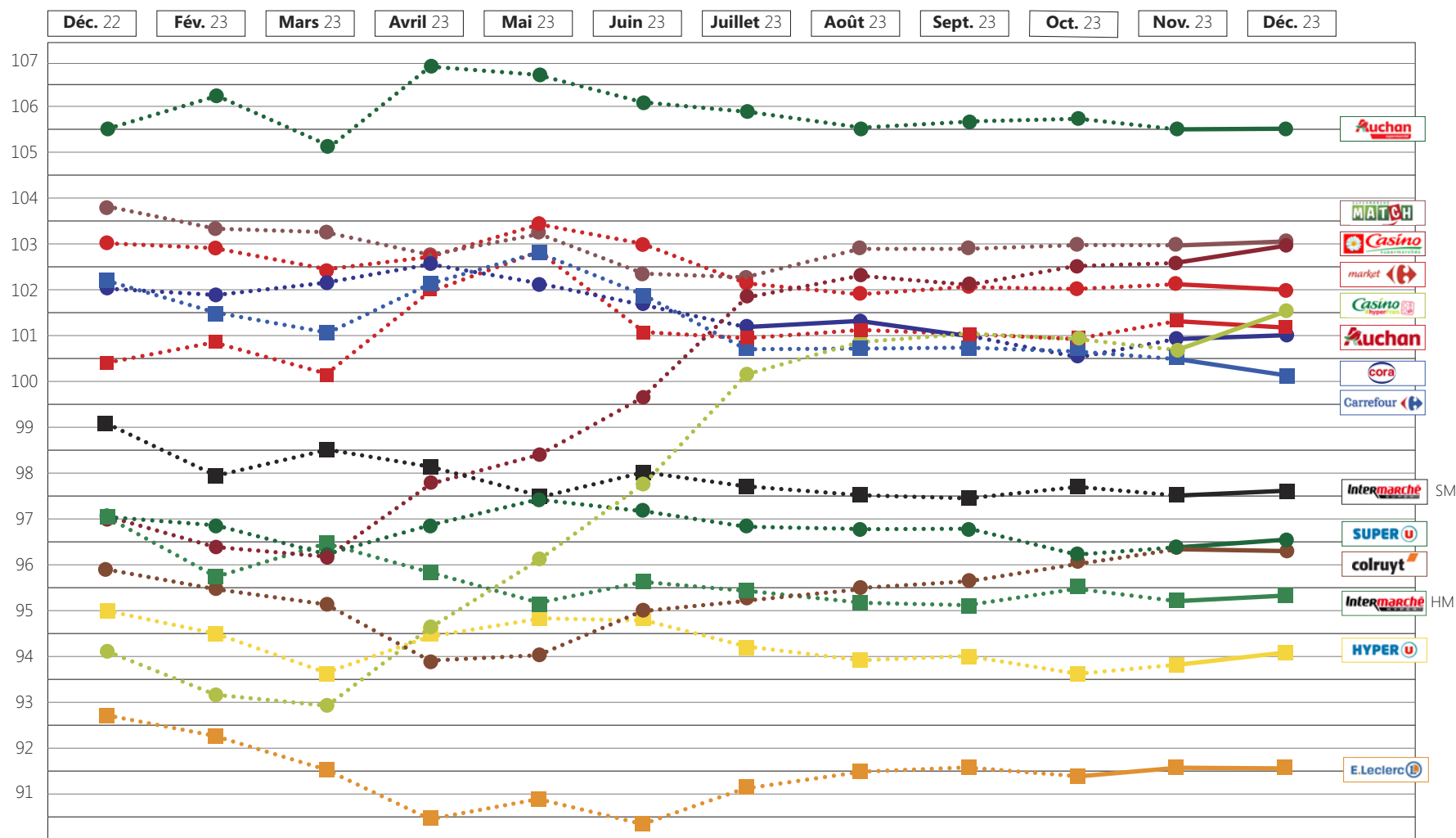
KANTAR



DISTRI PRIX DÉCEMBRE 2023

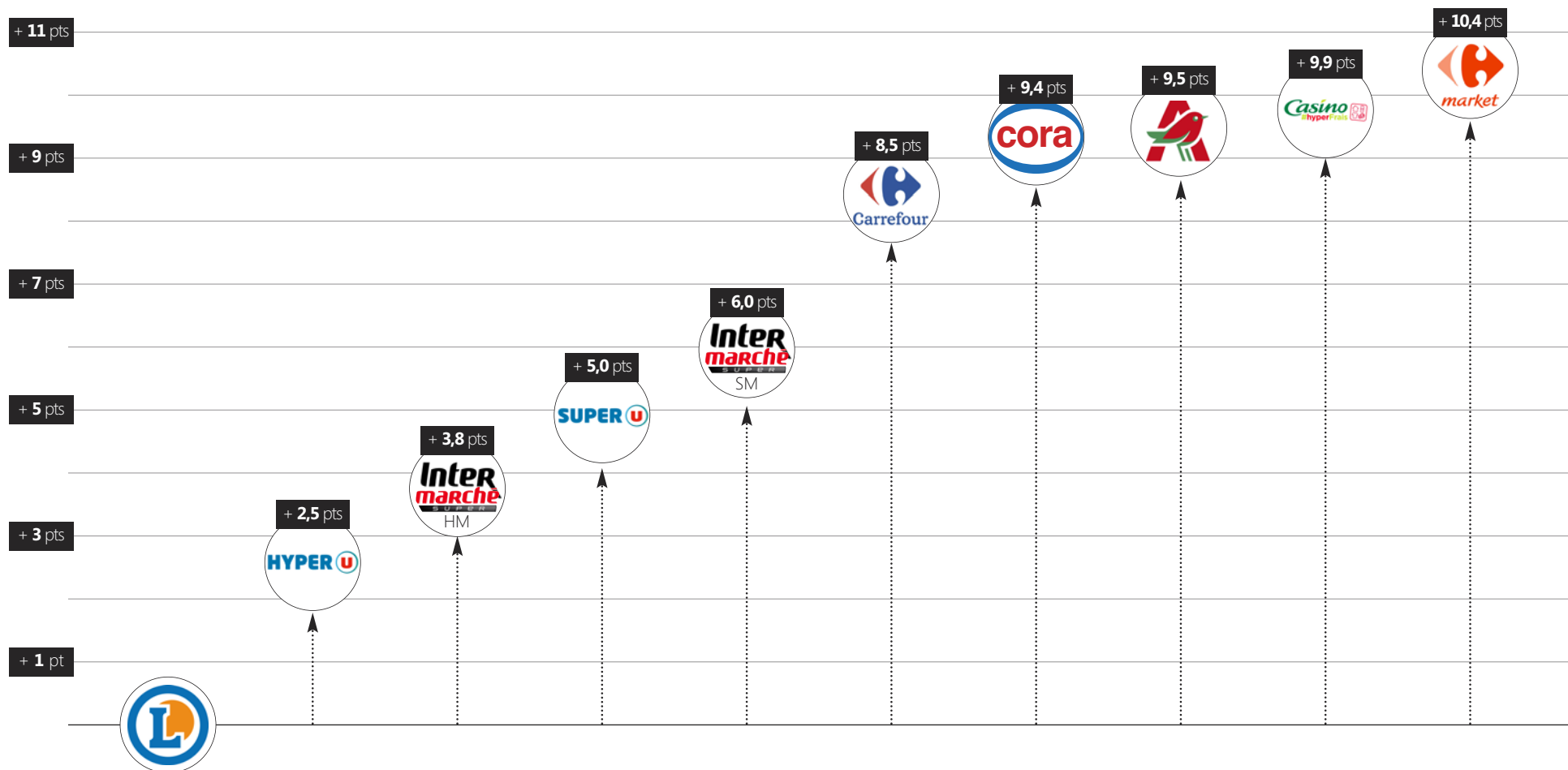
L'indice des prix drive hypers/supers

a3distrib
by NielsenIQ



L'ÉCART D'INDICE PRIX AVEC LECLERC (POUR LES PRINCIPALES ENSEIGNES)

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

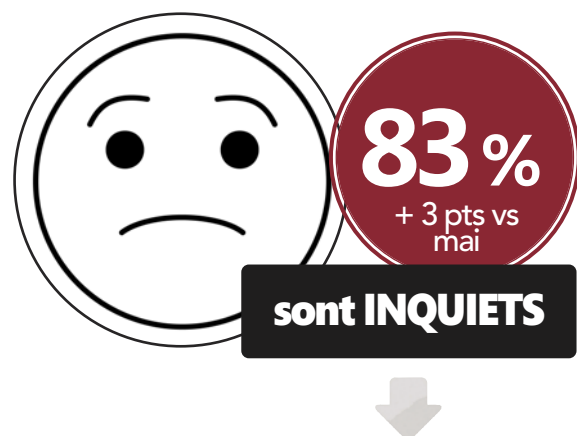
LES RAYONS

LES ENSEIGNES

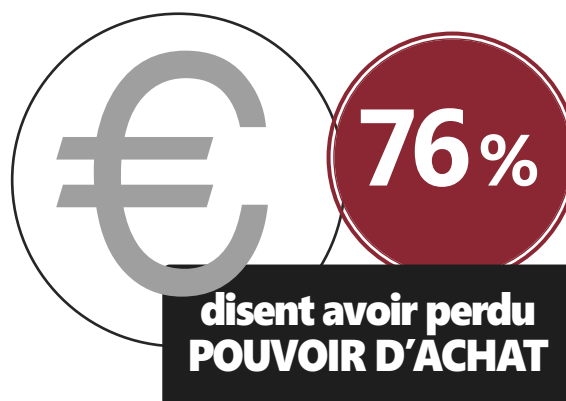
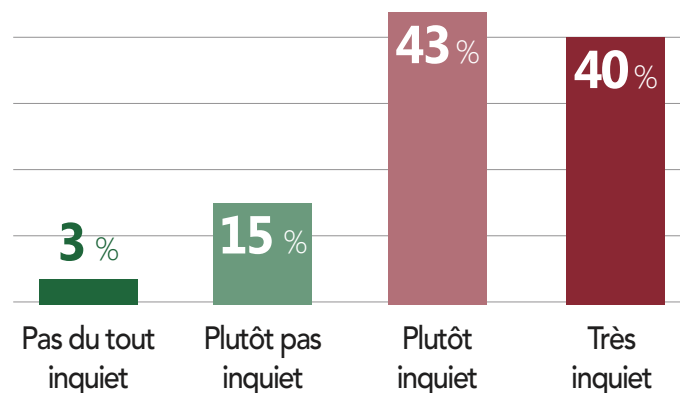
➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

LES FRANÇAIS FACE À L'INFLATION

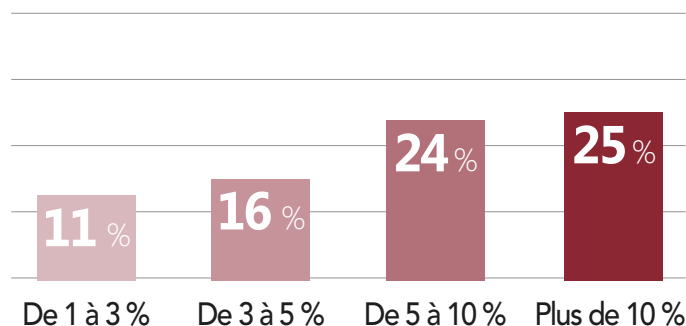
Étude septembre 2023, 1 000 personnes interrogées



En ce qui concerne l'inflation et les conséquences sur votre foyer, êtes-vous personnellement... ?



Le niveau de perte de pouvoir d'achat estimé...



potloc AlixPartners

La SITUATION FINANCIÈRE



18 % dépensent plus qu'ils ne gagnent

46 % bouclent tout juste leur budget

35 % parviennent à épargner

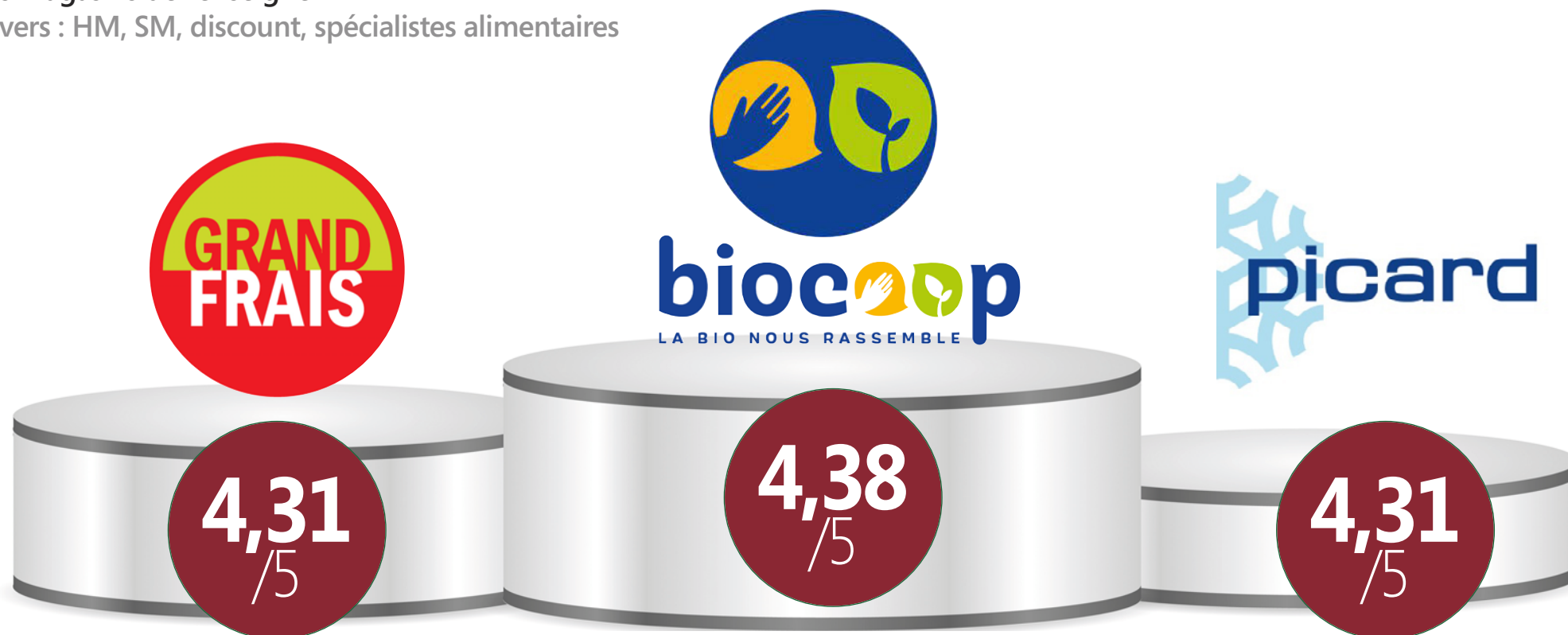
AVIS CLIENTS : LES 3 ENSEIGNES LES MIEUX NOTÉES



















Moyenne des avis Google sur le premier semestre 2023

Tous magasins de l'enseigne

Univers : HM, SM, discount, spécialistes alimentaires

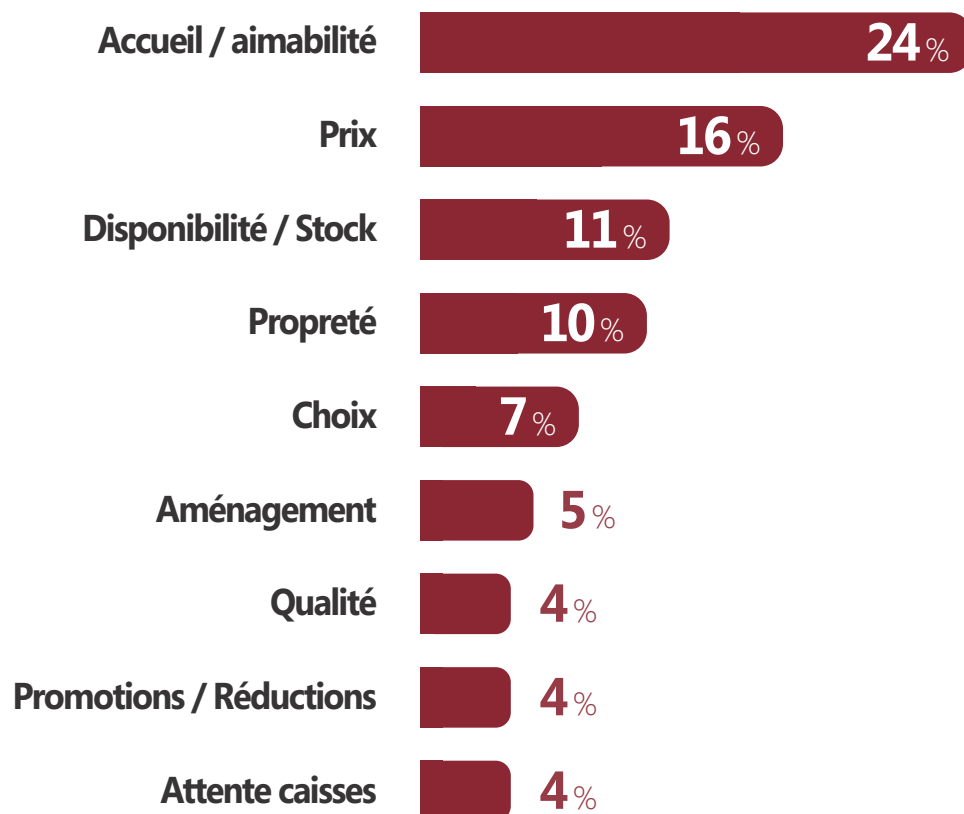


AVIS CLIENTS : LA SUITE DU CLASSEMENT

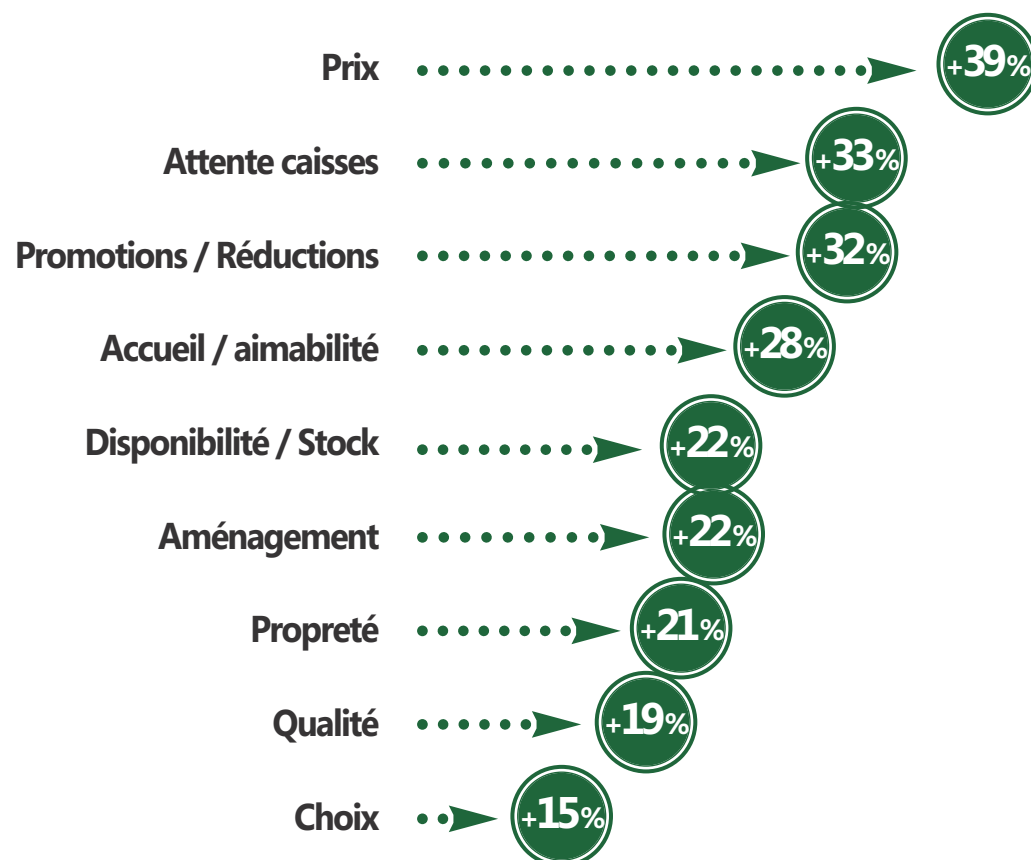
| | | | | | | | | |
|---|---|---------|----|--|---------|----|---|---------|
| 4 |  | 4,18 /5 | 10 |  | 3,92 /5 | 16 |  | 3,63 /5 |
| 5 |  | 4,07 /5 | 11 |  | 3,90 /5 | 17 |  | 3,35 /5 |
| 5 |  | 4,07 /5 | 12 |  | 3,87 /5 | 18 |  | 3,27 /5 |
| 7 |  | 4,04 /5 | 13 |  | 3,84 /5 | 19 |  | 2,77 /5 |
| 8 |  | 4,00 /5 | 13 |  | 3,84 /5 | | | |
| 9 |  | 3,95 /5 | 15 |  | 3,70 /5 | | | |

LES AVIS DES CLIENTS SUR LES MAGASINS

> Quels sont les critères qui déclenchent le plus d'avis client ? (2022/2023)



> Évolution du nombre d'avis en 2023 vs 2022



2023 : LES 10 TOP INNOVATIONS

[En CA après les 3 premières périodes de lancement, en hypers/supers]
Inclues innos S2 2022



NielsenIQ

| | | | |
|------|---|---|----------------|
| 4 - |  | PAIC BI ACTIV (Sortie P4 2023) | 2,17 M€ |
| 5 - |  | FINISH ULTIMATE + (Sortie P4 2023) | 1,89 M€ |
| 6 - |  | FLAVOUR BUBBLE TEA (Sortie P9 2022) | 1,77 M€ |
| 7 - |  | SOUPLINE TABLETTES (Sortie P5 2023) | 1,77 M€ |
| 8 - |  | VEET EXPERT (Sortie P3 2023) | 1,52 M€ |
| 9 - |  | GARNIER GOOD (Sortie P4 2023) | 1,31 M€ |
| 10 - |  | GILLETTE LABS (Sortie P12 2022) | 1,29 M€ |

LE PRIX D'UN STEAK FRITES

10 steaks hachés pur bœuf 1 kg Charal (15 % MG) et Frites surgelées MDD Intermarché 2,5 kg, prix relevés en drives

a3distrib
by NielsenIQ



8,17 €



12,35 €

+ 51 %



2,49 €



4,90 €

+ 97 %

Temps
de SMIC



1h 10 mn



1h 45 mn

TOUS LES MOIS

UN NIVEAU D'ANALYSE INÉGALÉ

ECO/CONSO - RETAIL FRANCE - RETAIL WORLD

Nos engagements :

- > Droit au but : une info 100 % décryptée et mise en scène
- > La qualité d'analyse (et la liberté de ton) "Editions Dauvers"
- > Des infos exclusives dans chaque numéro (ou on rembourse ;-)

VIGIE GRANDE CONSO



Demande d'exemplaire et tarif : caroline.bazin@editionsdauvers.fr



Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle
L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

w w w . o l i v i e r d a u v e r s . f r