

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Octobre 2023

➔ **LE MARCHÉ**

LES CIRCUITS

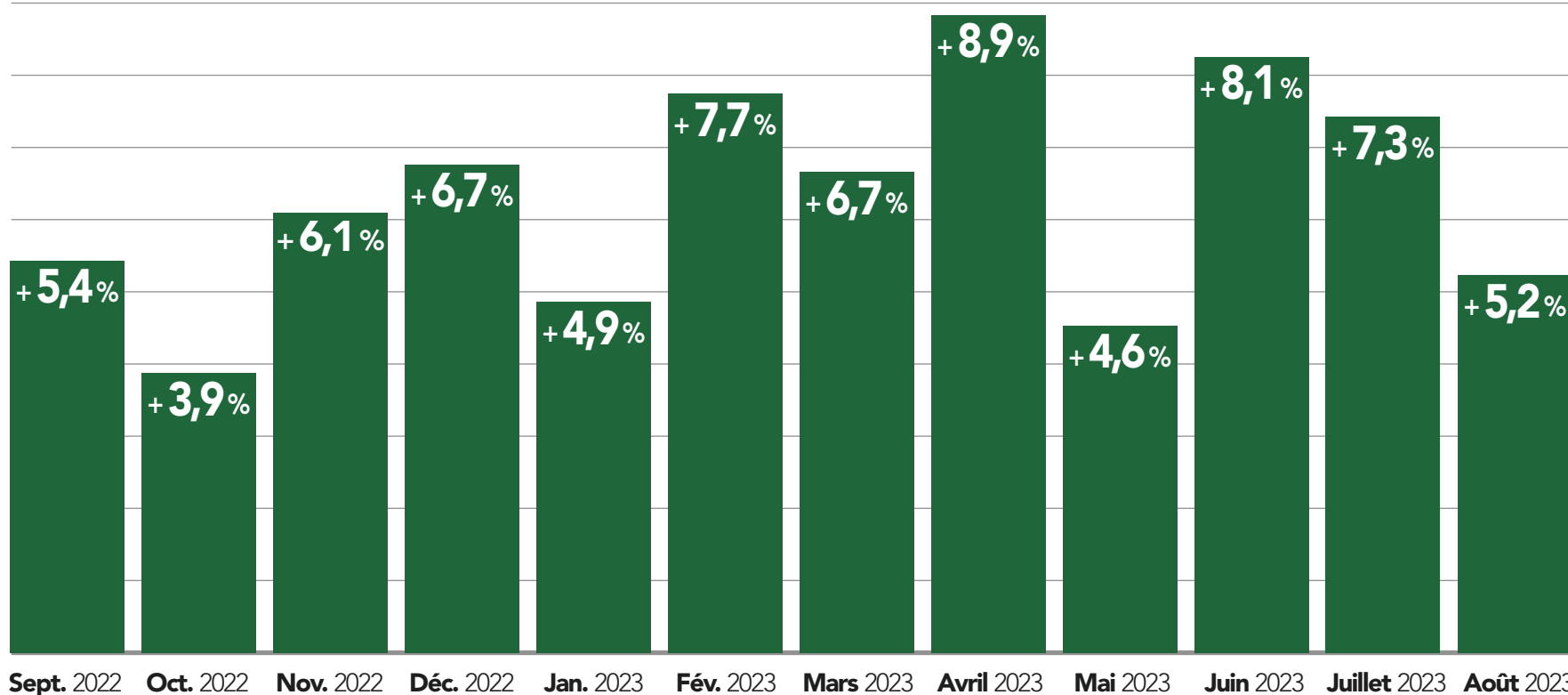
LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers-supers-ecommerce GSA



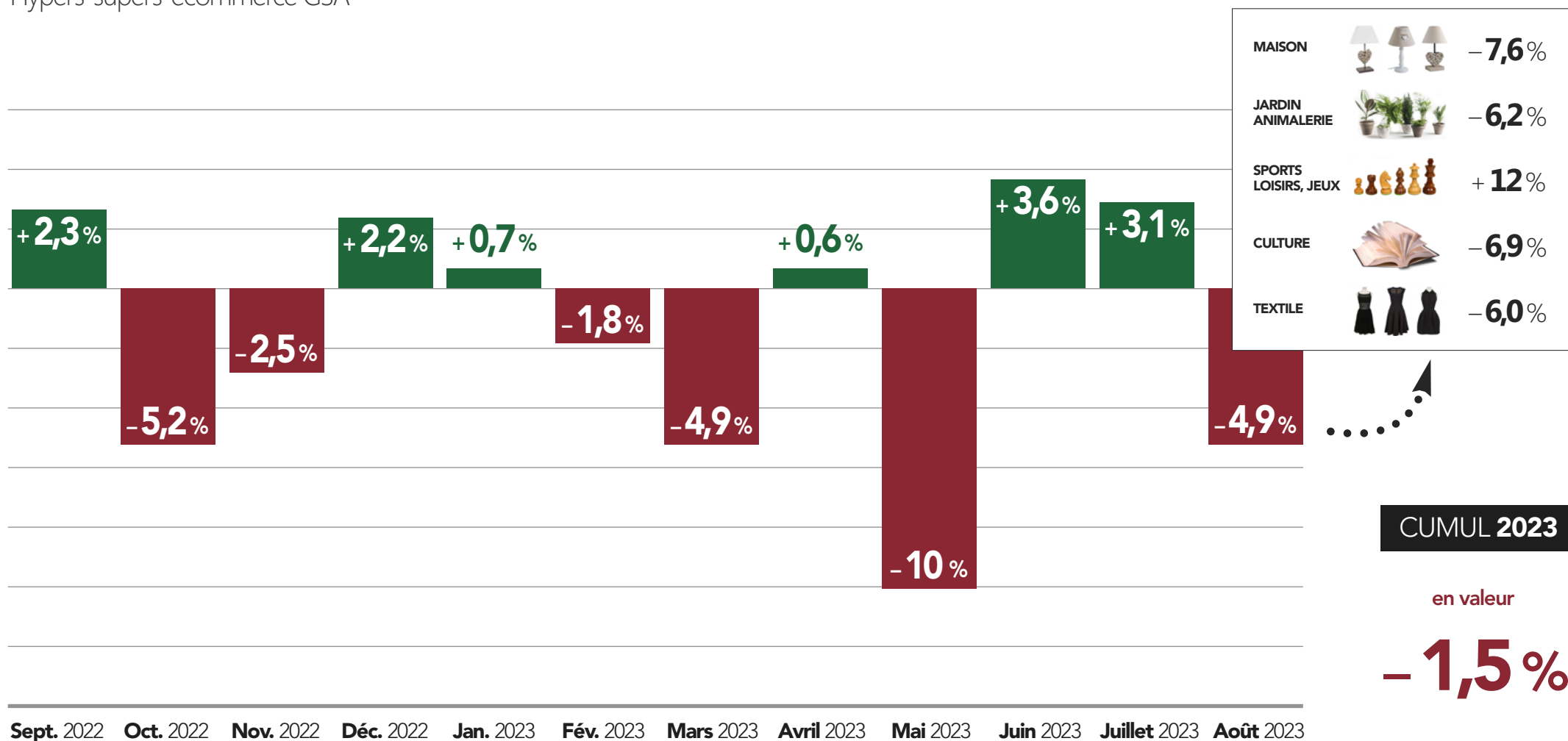
CUMUL 2023

en valeur

+7,0%

ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

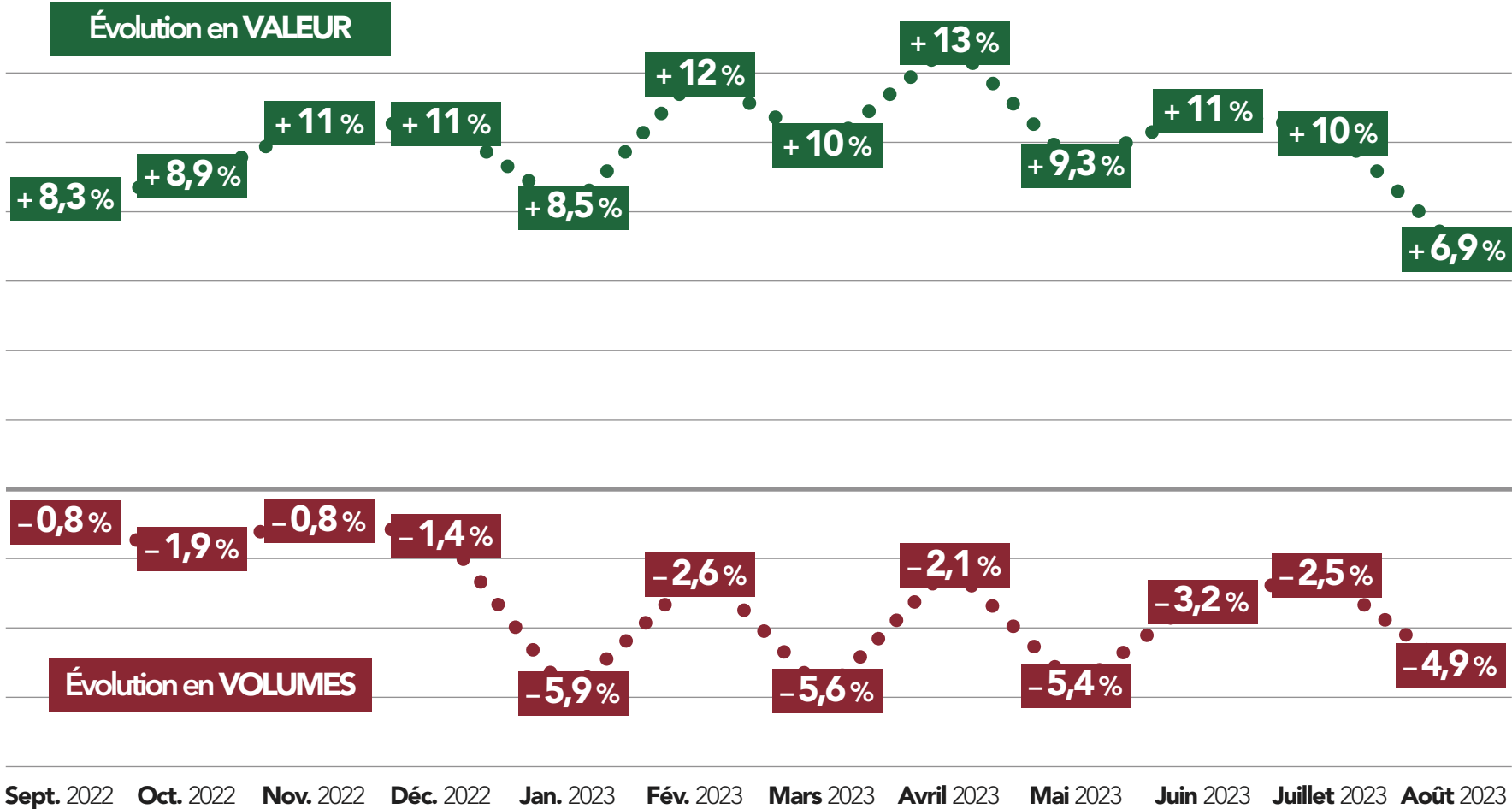
Hypers-supers-ecommerce GSA



ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS



En volume / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2023

en valeur

+ 10,1 %

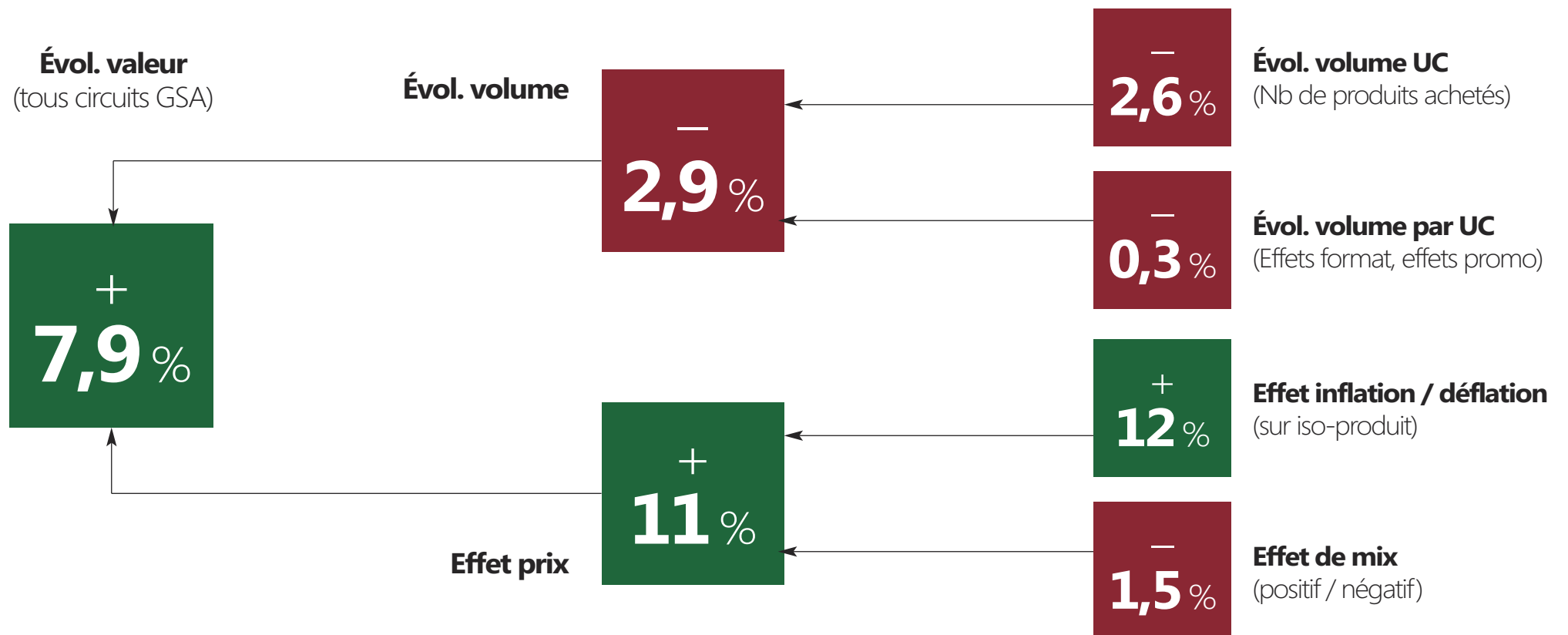
en volumes

- 3,9 %

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

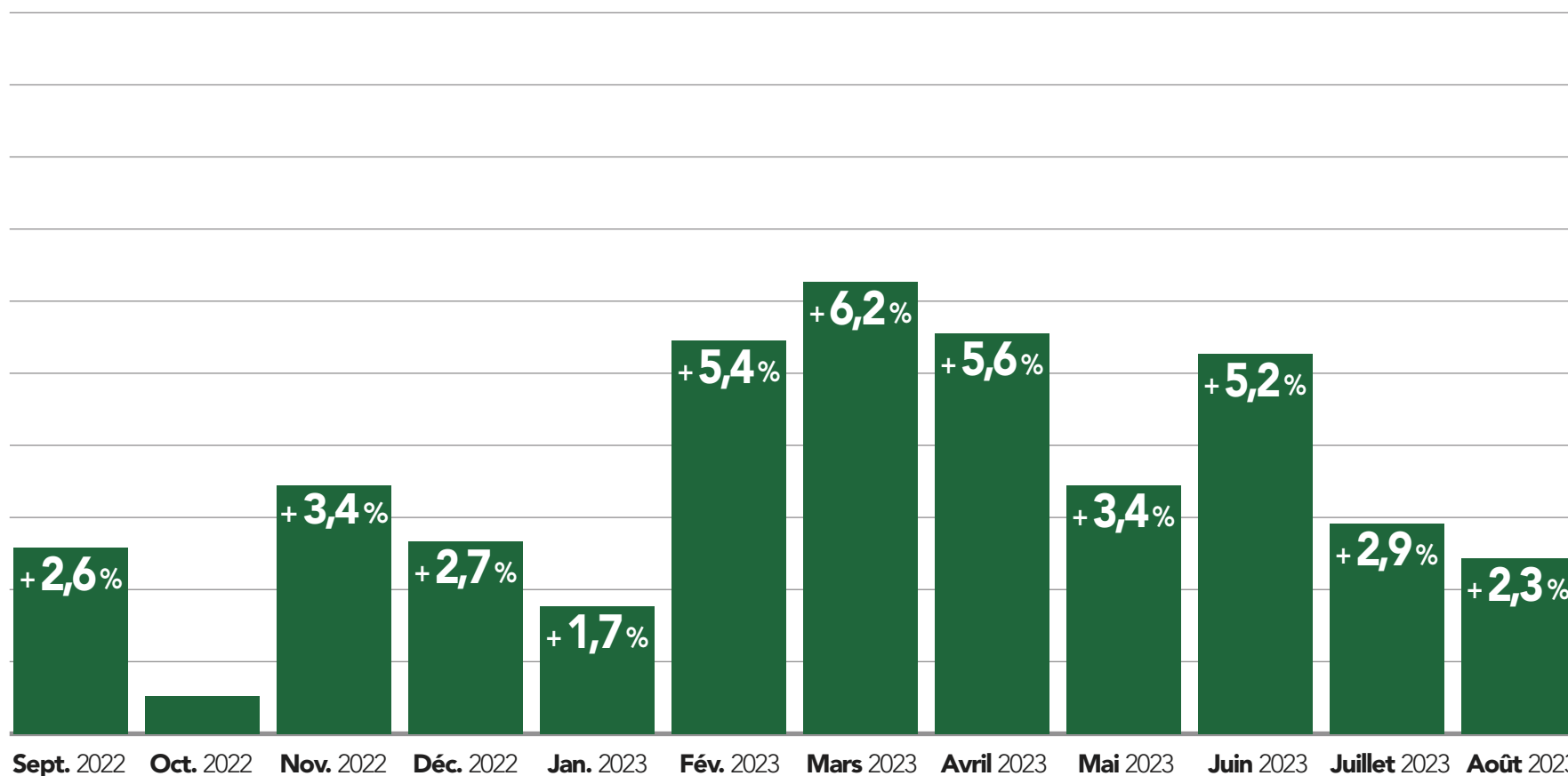
NielsenIQ

P8 2023, PGC Frais LS



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

Hypers-supers-ecommerce GSA



CUMUL 2023

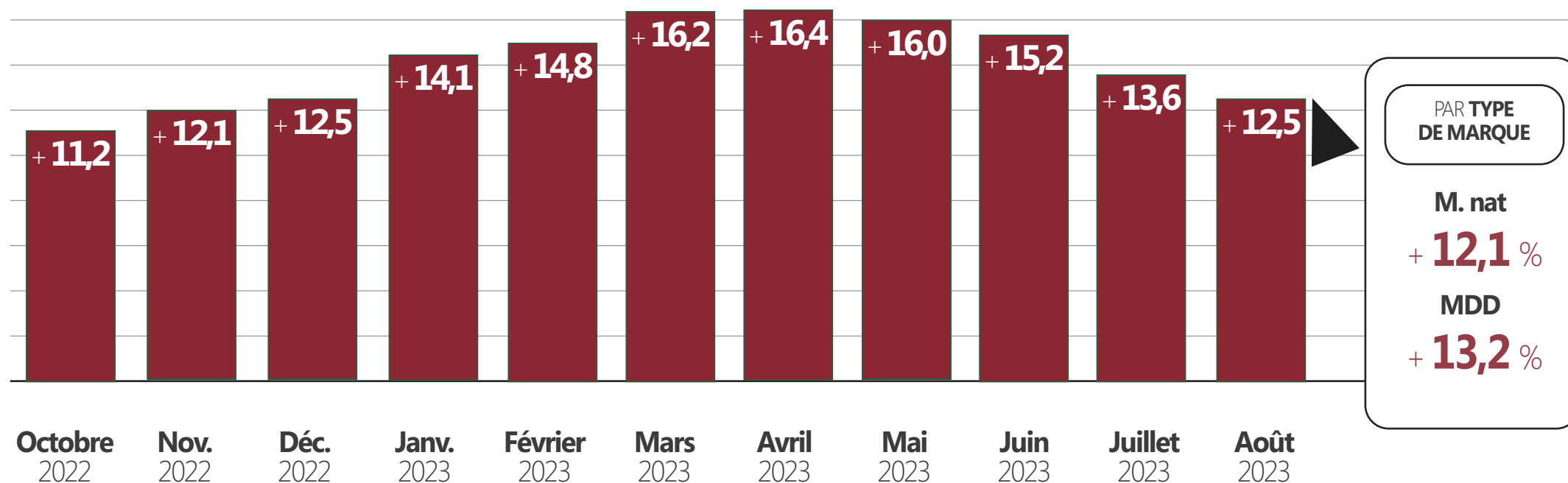
en valeur

+ 4,3%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



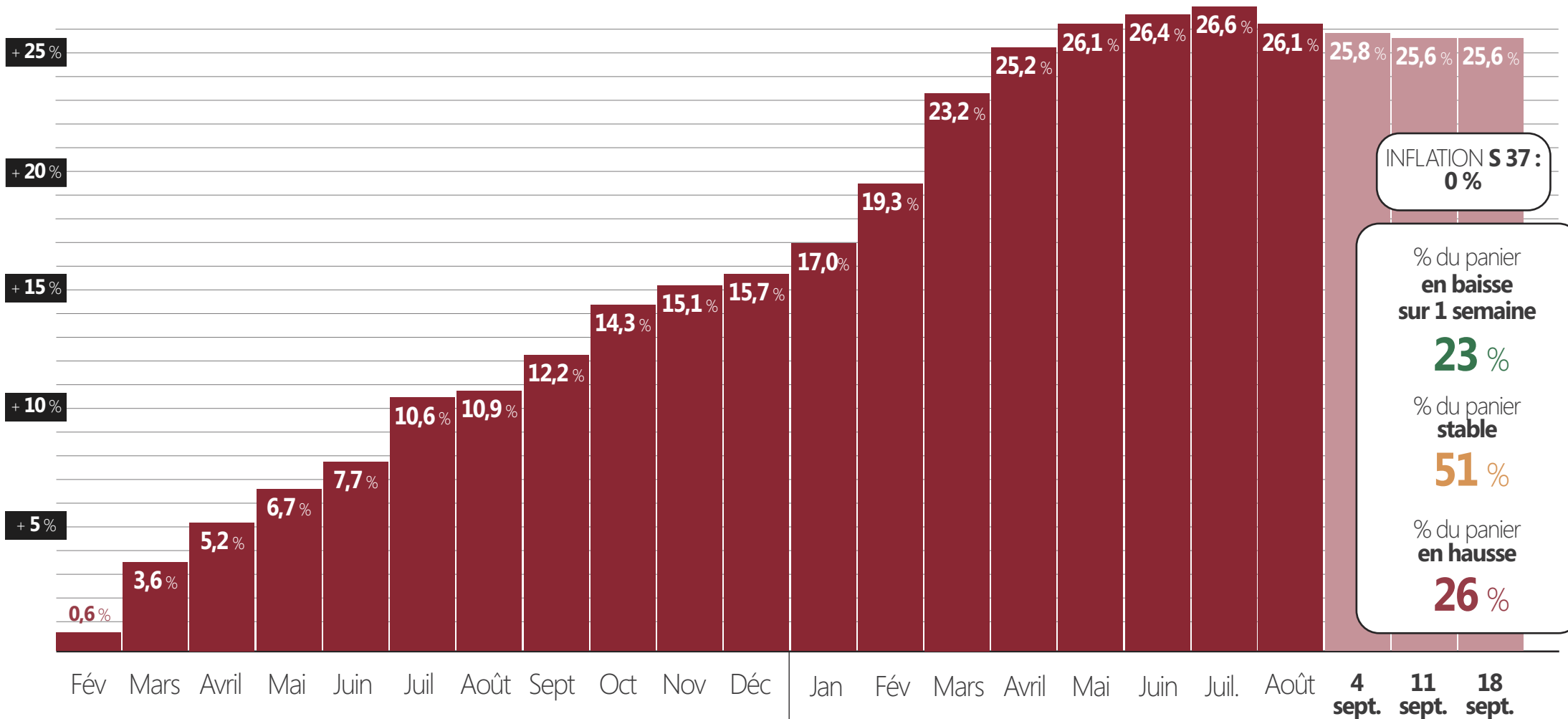
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

a3distrib
by NielsenIQ

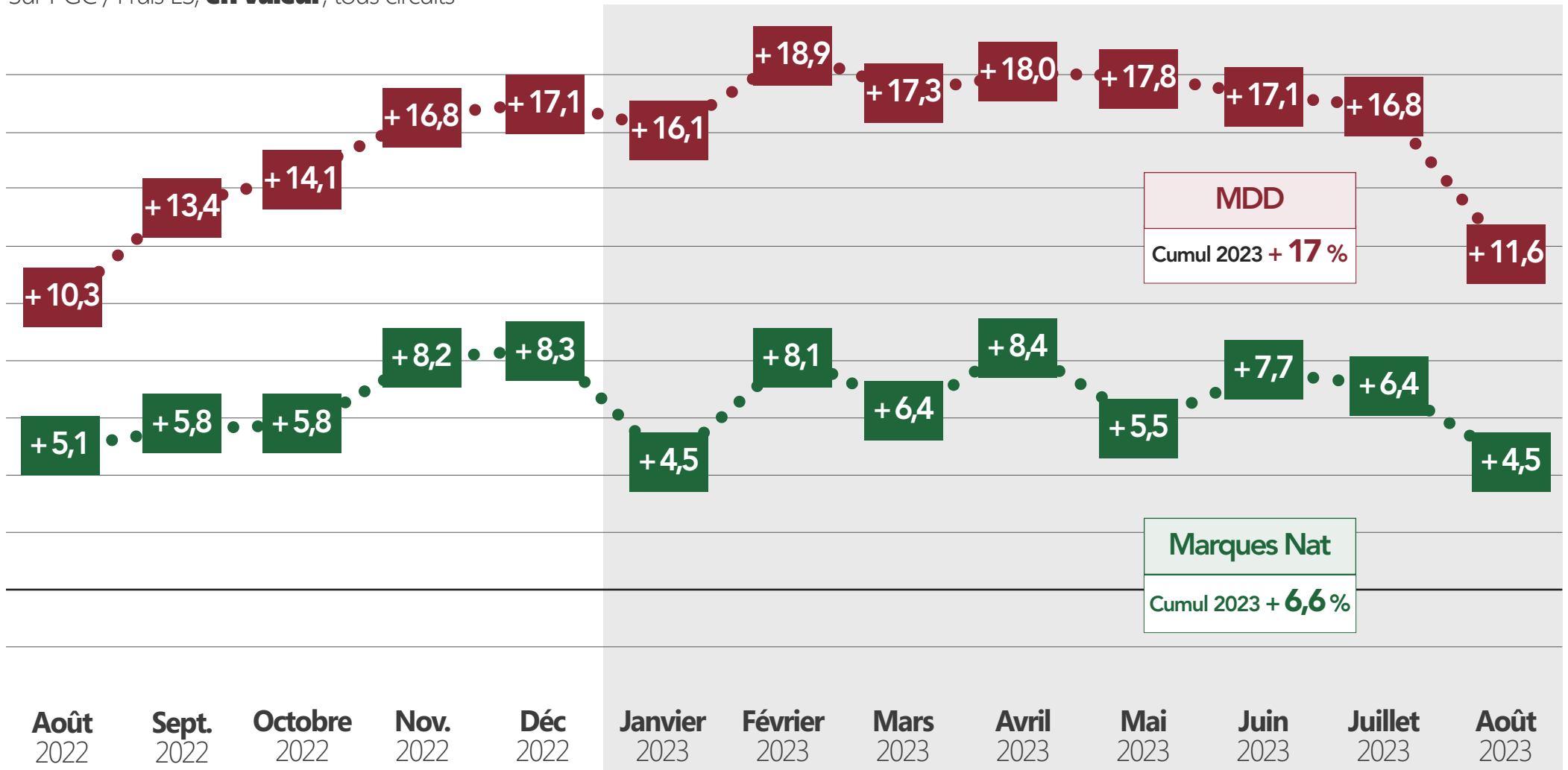
Prix relevés sur 7 000 drives, **inflation vs 1^{er} janvier 2022**



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



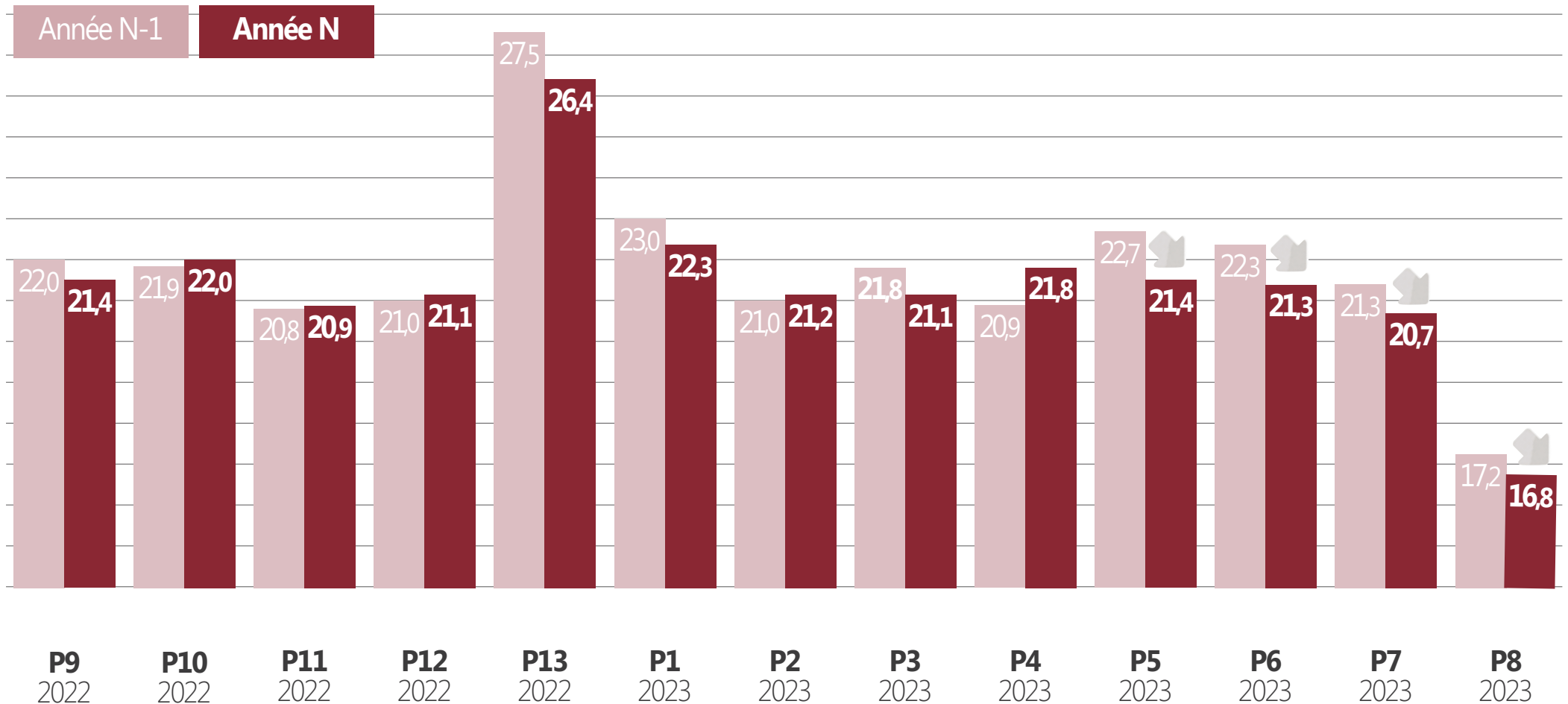
Sur PGC / Frais LS, **en valeur**, tous circuits



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 / P8 2023



% des ventes sur PGC / Frais LS

VALEUR



HYPERS

HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²



SUPERS

SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



PROXI

Urbaine

Rurale



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

Évol
du CA

+ **5,3** %

+ **11** %

+ **8,0** %

+ **1,9** %

+ **8,1** %

+ **8,4** %

+ **8,1** %

+ **16** %

+ **12** %

% des ventes

16,1 %

21,2 %

37,3 %

21,8 %

12,3 %

34,1 %

6,3 %

3,2 %

9,5 %

12,1 %

6,3 %

0,7 %

7,0 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P8 2023

NielsenIQ

% des ventes sur PGC / Frais LS

VALEUR



HYPER

HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

+ **7,8** %

+ **11** %



SUPER

SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+ **11** %

+ **5,0** %



PROXI

Urbaine

Rurale

+ **13** %

+ **11** %



SDMP
(Discount)

+ **10** %



Drive

LAD

+ **9,5** %

+ **6,6** %

Évol
du CA

% des
ventes

17,8 %

20,1 %

37,8 %

20,8 %

12,2 %

33,0 %

6,6 %

2,5 %

9,1 %

12,0 %

7,3 %

0,8 %

8,1 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P8 2023

En volumes UC sur PGC / Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

- 5,1 %

+ 1,1 %



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

- 1,4 %

- 7,0 %



Urbaine

Rurale

- 3,4 %

- 3,3 %



SDMP
(Discount)

- 5,4 %



Drive

LAD

+ 4,8 %

+ 1,0 %

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P8 2023

En volumes UC sur PGC / Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-2,9%

+0,5%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+0,5%

-5,3%



Urbaine

Rurale

+1,8%

-0,9%



-2,1%



Drive

LAD

-1,7%

-4,1%

Évol
des
volumes

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VOLUMES SELON LES RAYONS

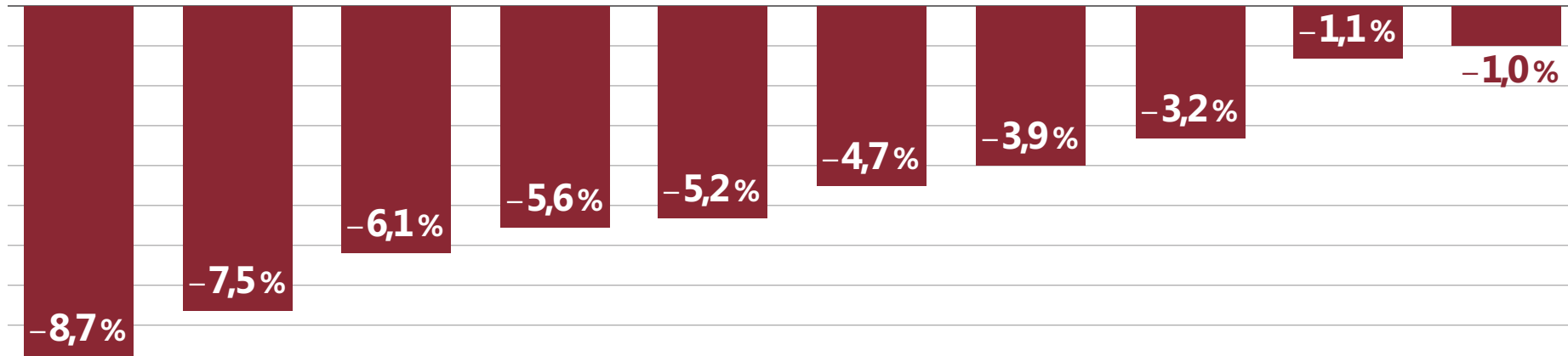
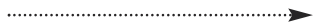
Janvier-Août 2023 vs N-1, tous circuits



Entretien Hygiène Spiritueux Champ. Bières Cidres BRSA Eaux Surgelés Glaces Épicerie salée Frais non laitier Crémèrie Épicerie sucrée

Moyenne PGC FLS

-3,9%



L'ÉVOLUTION DES VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



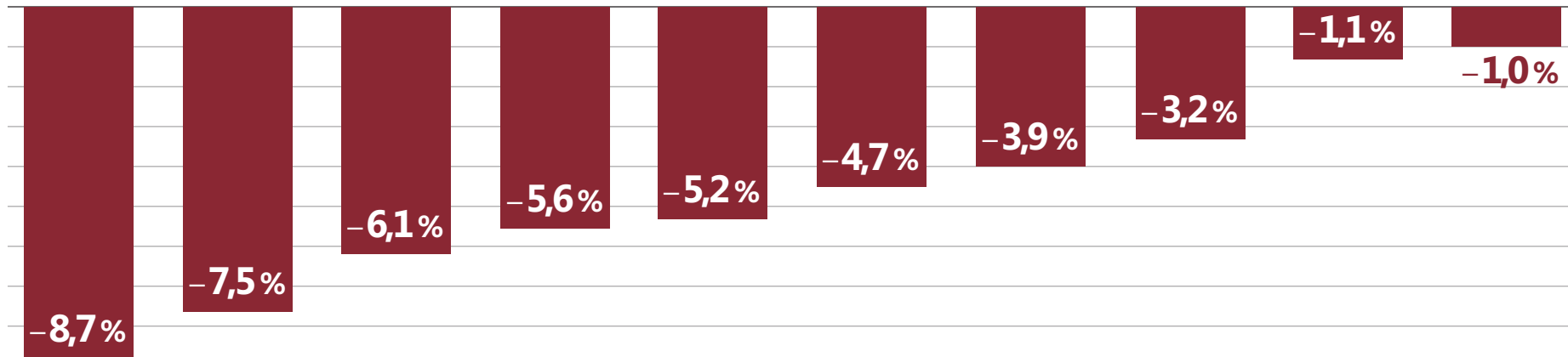
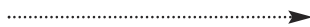
Janvier-Juillet 2023 vs N-1, tous circuits



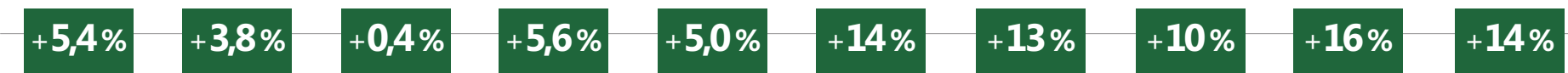
Entretien Hygiène Spiritueux Champ. Bières Cidres BRSA Eaux Surgelés Glaces Épicerie salée Frais non laitier Crémèrie Épicerie sucrée

Moyenne PGC FLS

-3,9%



Évol CA



ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

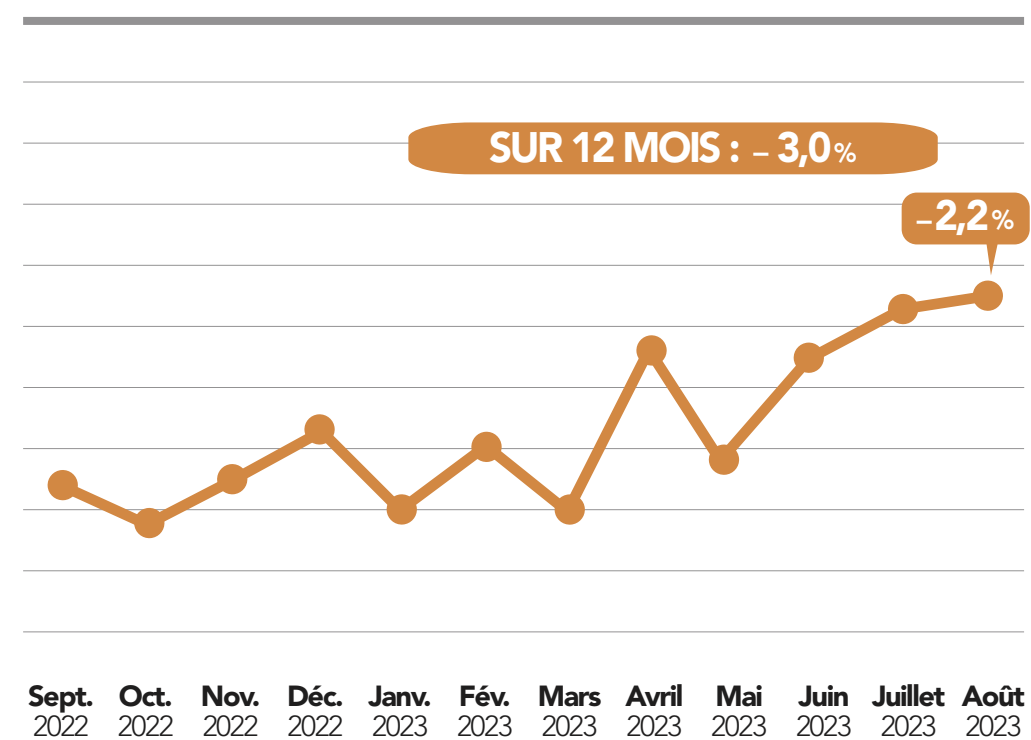
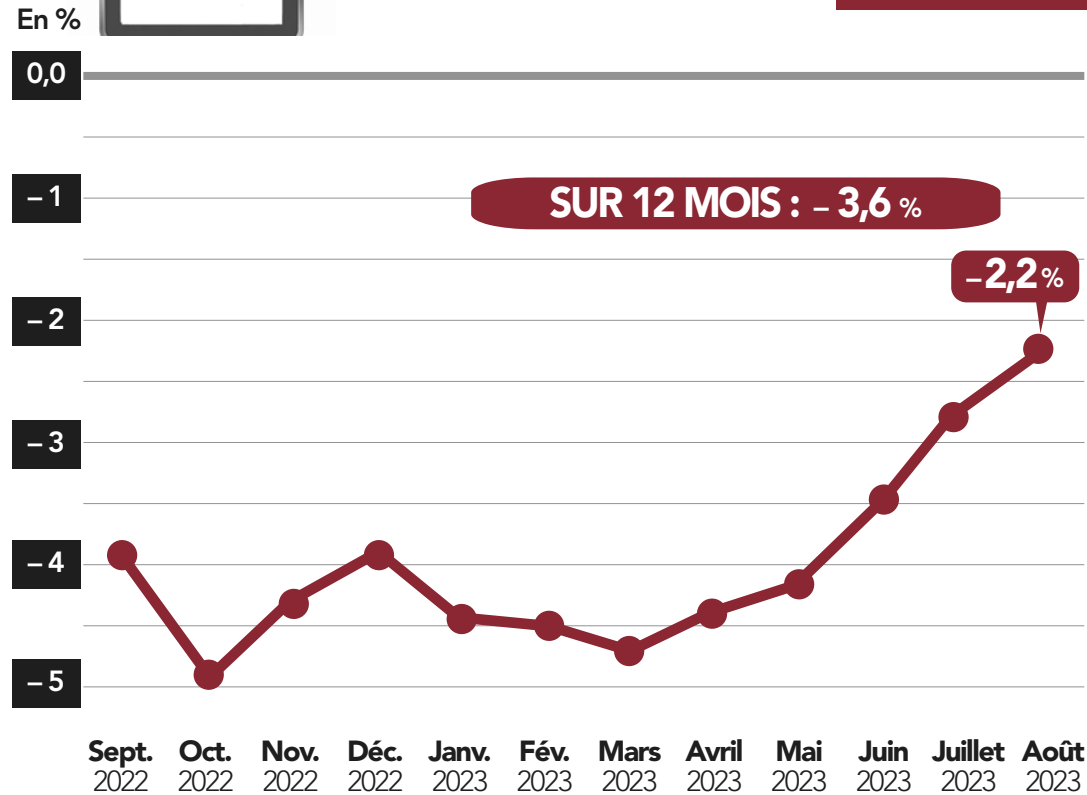
Evol. nombre d'EAN hebdo / Mag – PGC FLS



HYPERS



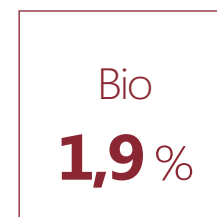
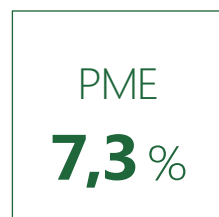
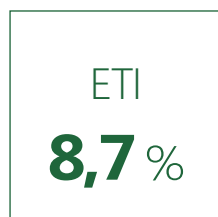
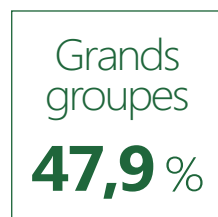
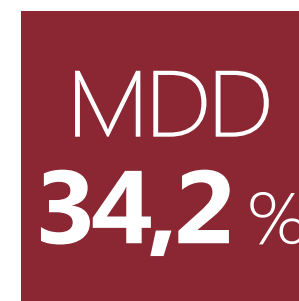
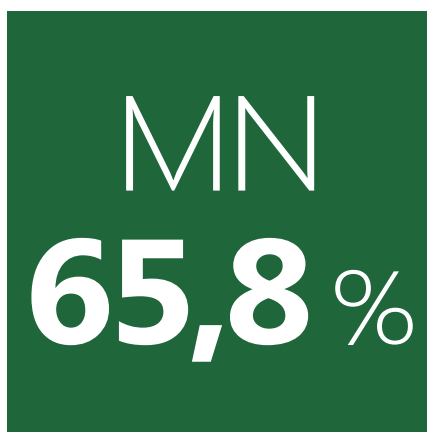
SUPERS



PARTS DE MARCHÉ **MN & MDD**

NielsenIQ

P1 > P8 2023, en valeur. Parts de marché et évolution des ventes



Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **7,5 %**

+ **6,9 %**

+ **4,5 %**

+ **5,3 %**

+ **16,6 %**

+ **1,9 %**

+ **5,1 %**

+ **46 %**

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

→ LES ENSEIGNES

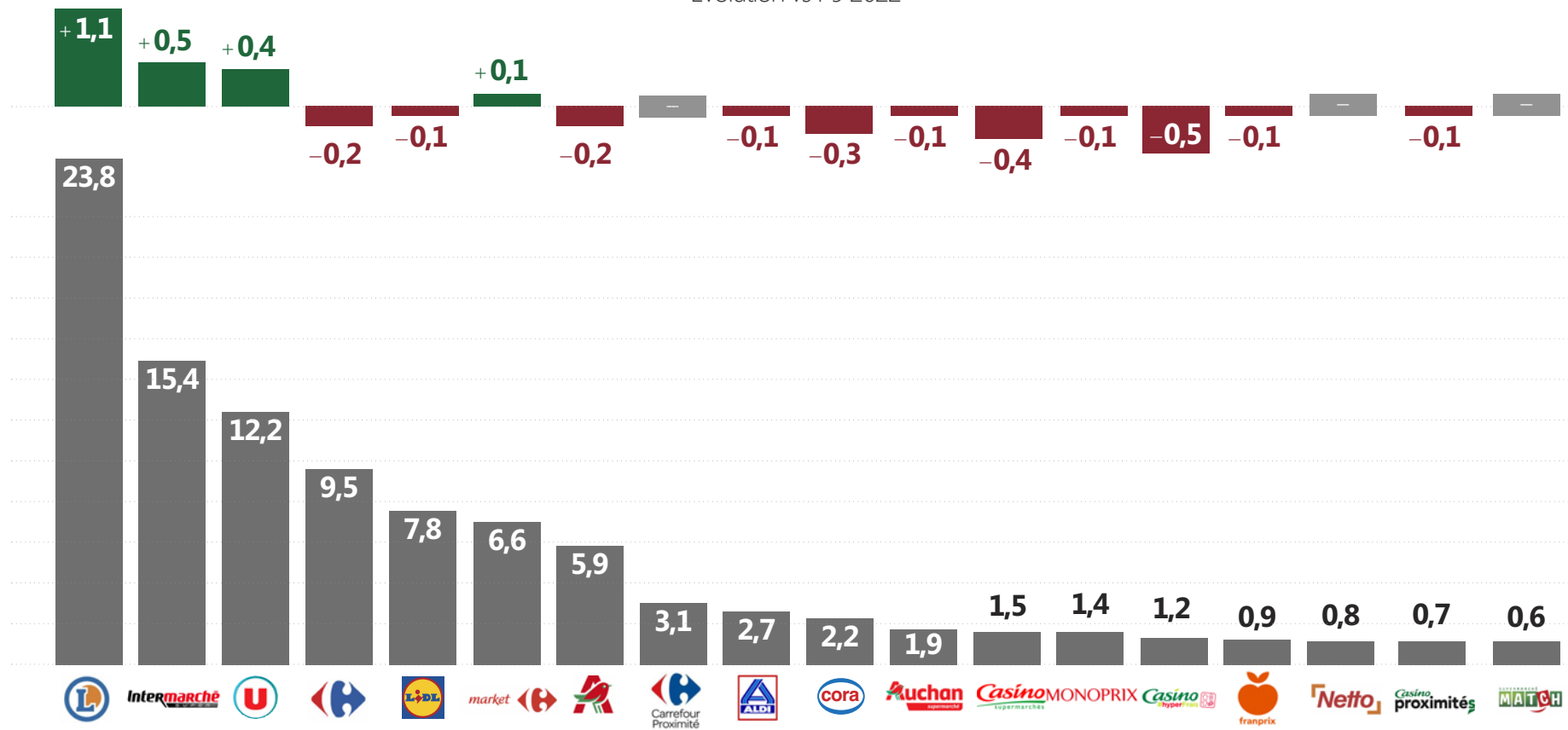
LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P9

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

KANTAR

Évolution vs P9 2022



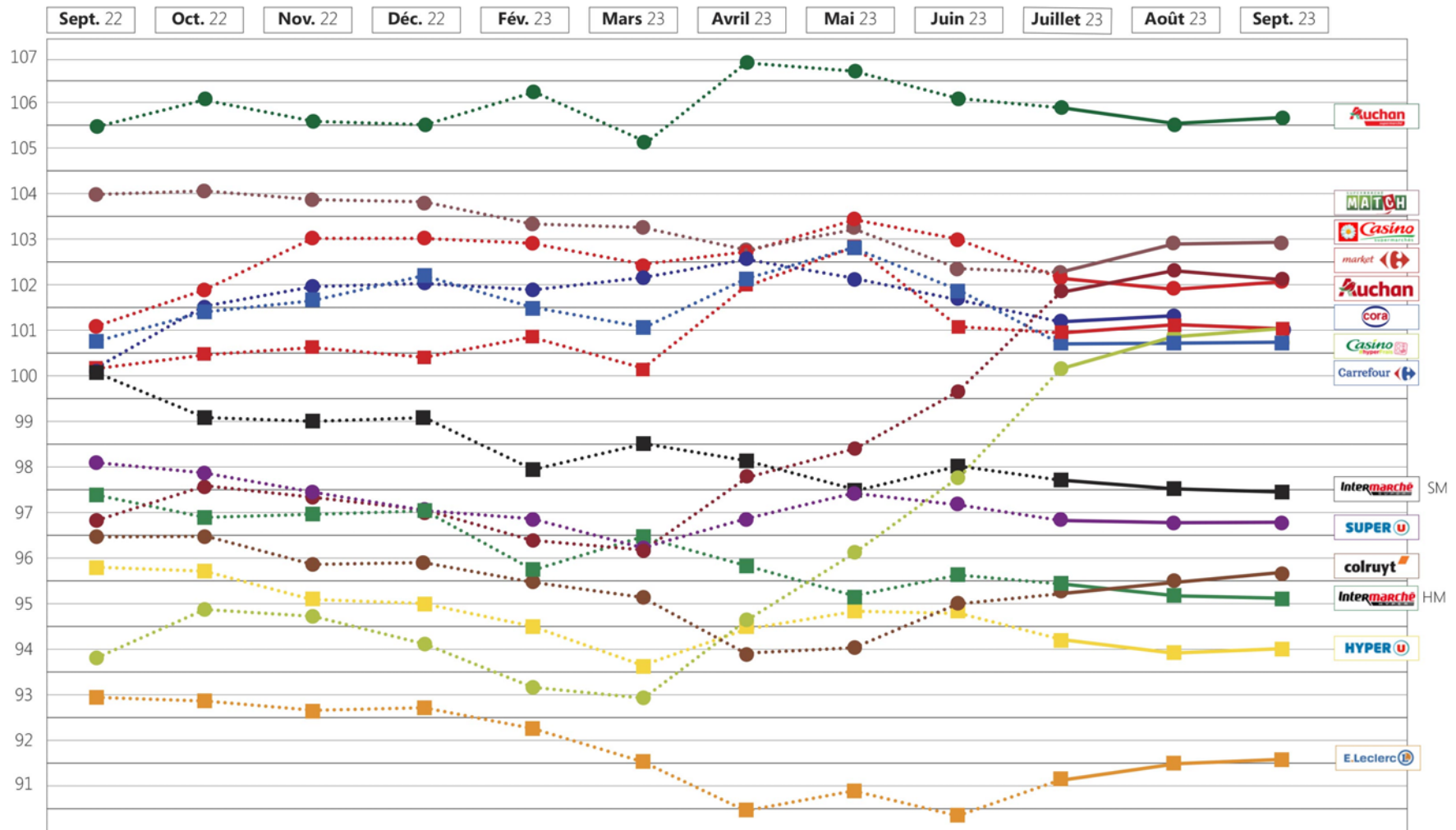
Évolution vs P9 2021

+1,2 -0,1 +0,2 -0,1 +0,3 0 -0,1 +0,1 +0,2 -0,3 -0,2 -0,3 -0,2 -0,8 0 +0,1 -0,1 0

DISTRI PRIX SEPTEMBRE 2023

L'indice des prix drive hypers/supers

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

DRIVE : LES 3 CATÉGORIES LES + DRIVE-PERMÉABLES

Étude réalisée sur 1 000 « couples » magasin + drive



Aliments bébé



Laits infantiles



Produits lave-vaisselle

Poids
médian
du drive

21,4 %

18,0 %

15,5 %

Drive
maxi

56,6 %

58,8 %

51,6 %

Drive
mini

3,9 %

3,1 %

3,3 %

LES RENDEMENTS DES ENSEIGNES (LE PODIUM)

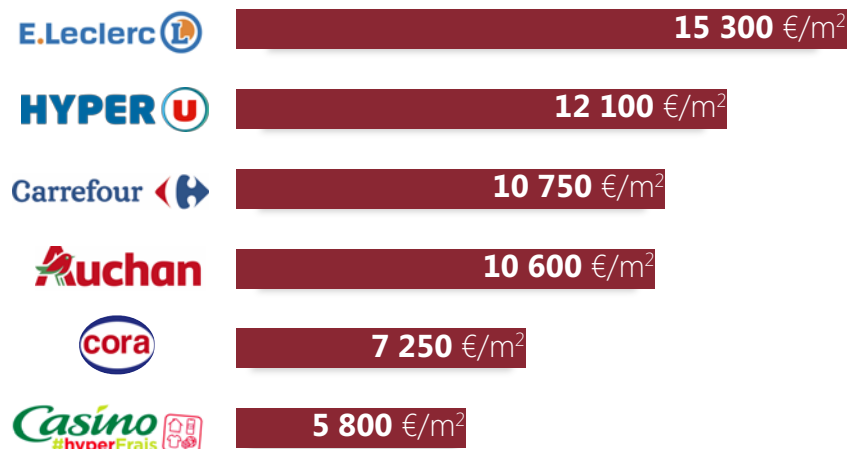
CA 2022 TTC/m² carburant inclus



LES RENDEMENTS DES ENSEIGNES (LE PODIUM)

CA 2022 TTC/m² carburant inclus

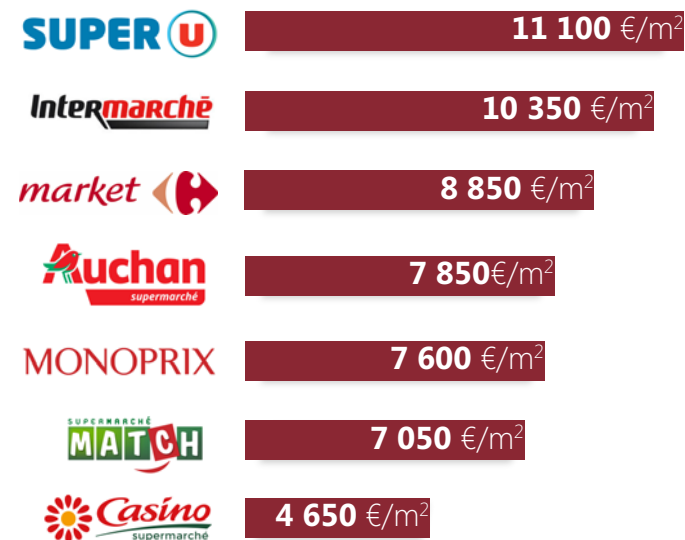
> Hypers



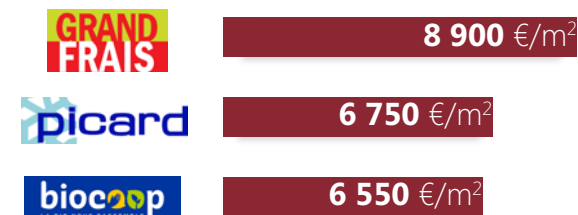
> Discount



> Supers



> Spécialistes



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

éditions
DAUVERS

Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr