

# CONSO SCOPIE

Les insights pour comprendre la consommation

---

Novembre 2023

---



Retail Execution Forum

## RETAIL EXECUTION FORUM

# 5ÈME ÉDITION LE 30 NOVEMBRE 2023

Co-organisée par



éditions  
DAUVERS

LiNÉAIRES  
Le spécialiste des rayons frais et épicerie

Avec la participation éditoriale de :

NielsenIQ

Shangri-La hotel  
PARIS

- **Le bilan** (en chiffres et en images) **de l'année retail**
- **Les magasins qu'il fallait voir**
- **Le Bêtisier de l'année**



M-E. LECLERC

LES  
INTERVIEW  
LIVE



PH. BROCHARD

➔ **LE MARCHÉ**

**LES CIRCUITS**

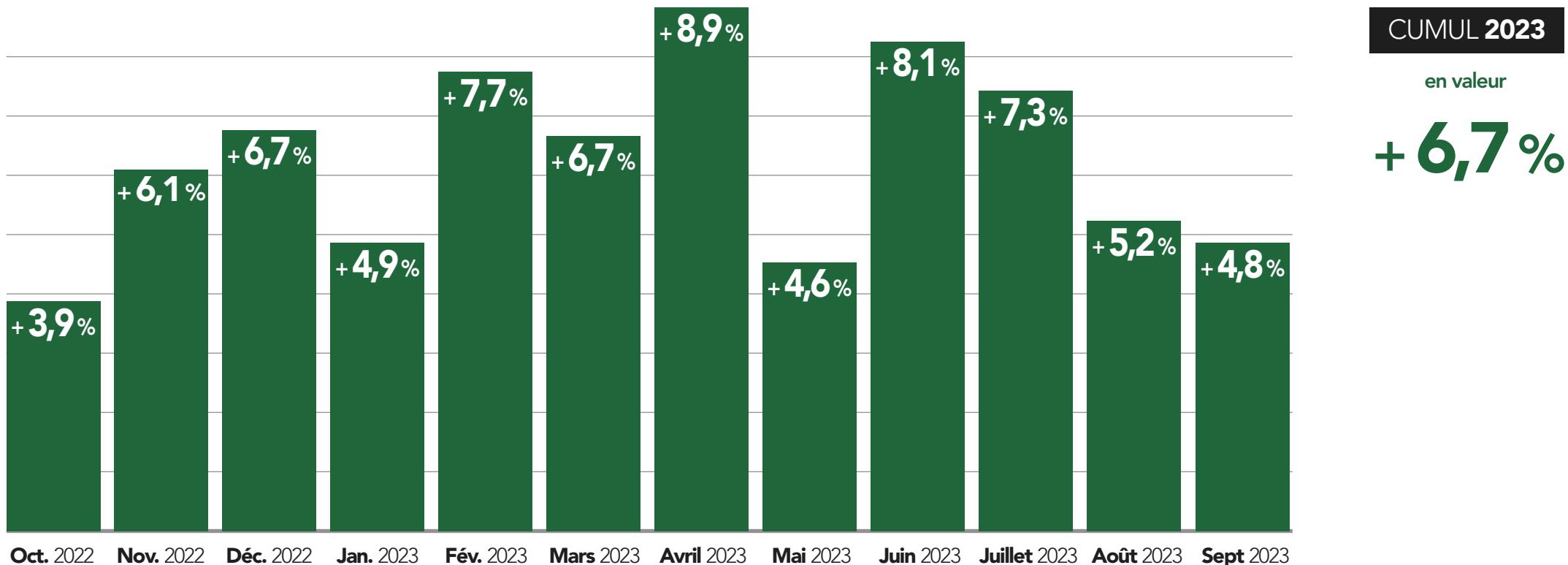
**LES RAYONS**

**LES ENSEIGNES**

**LES BONUS (DU MOIS)**

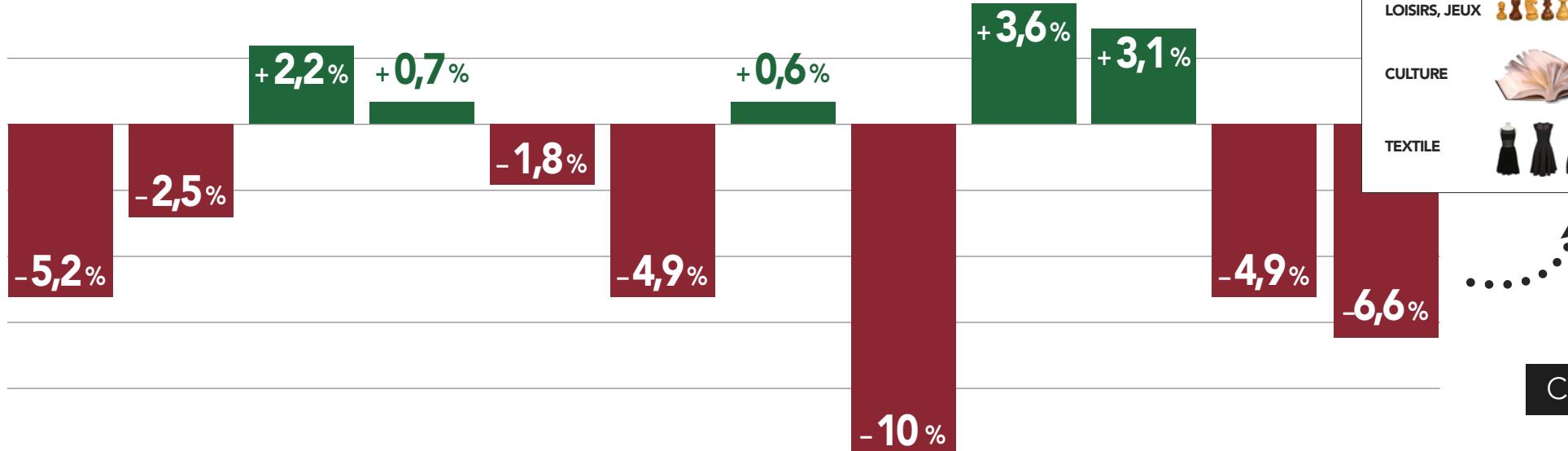
## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers-supers-ecommerce GSA



## ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers-supers-ecommerce GSA



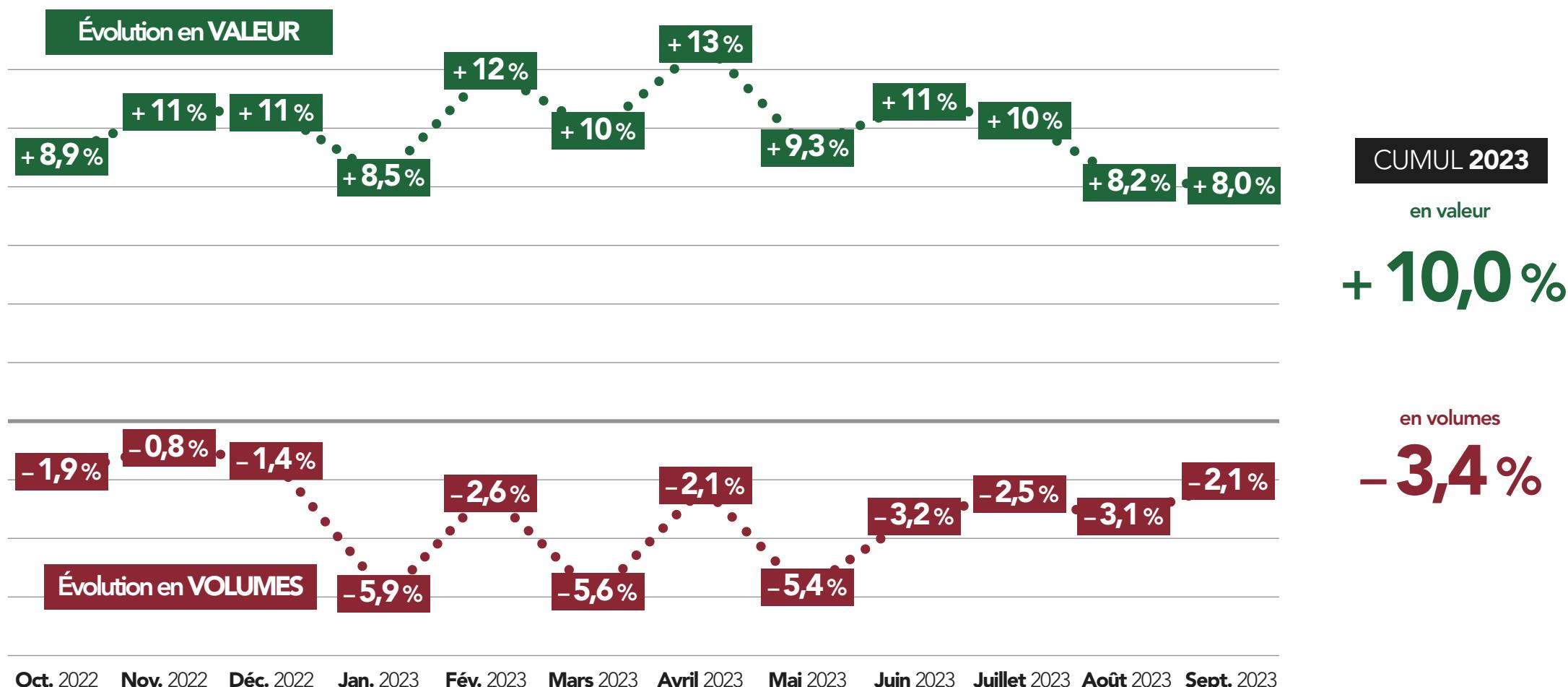
CUMUL 2023

en valeur

**-2,2 %**

## ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

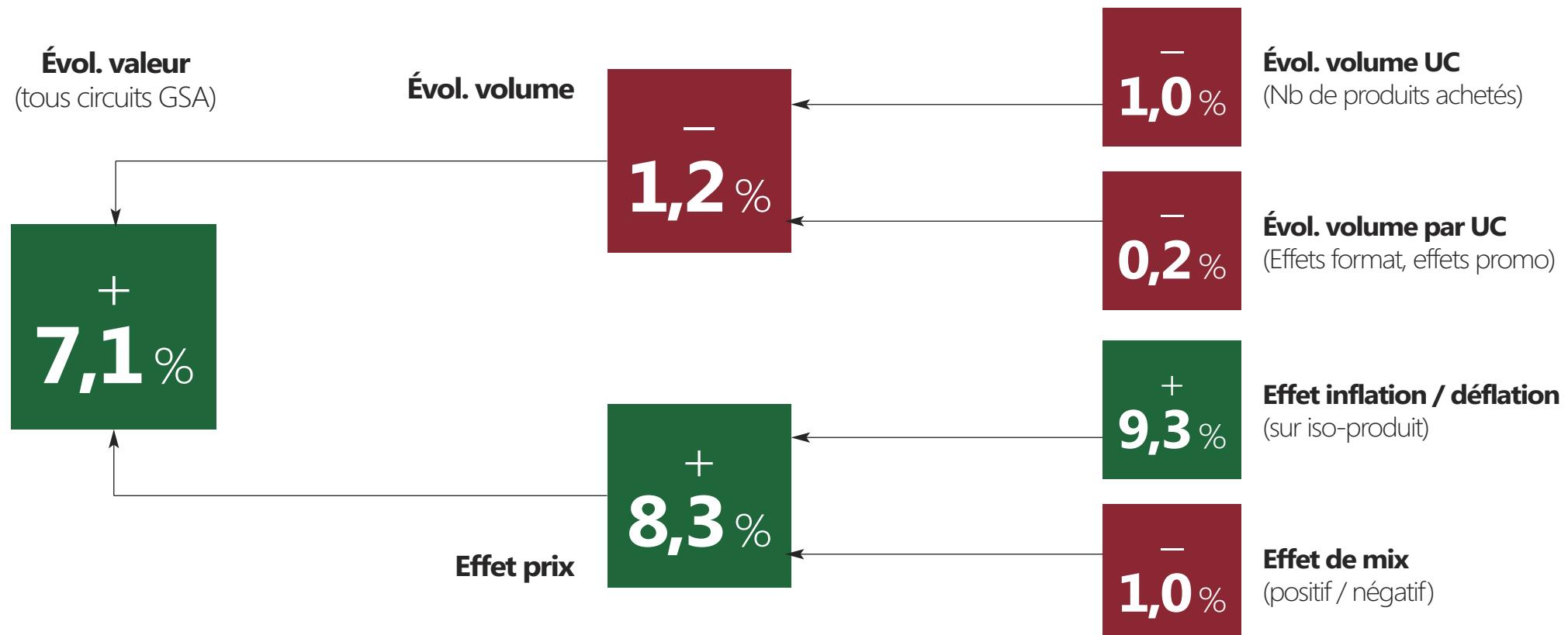
En volume / valeur, tous circuits GSA



## LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

**NielsenIQ**

P10 2023, PGC Frais LS



## ÉVOLUTION DU CA POIDS VARIABLE (frais traditionnel)

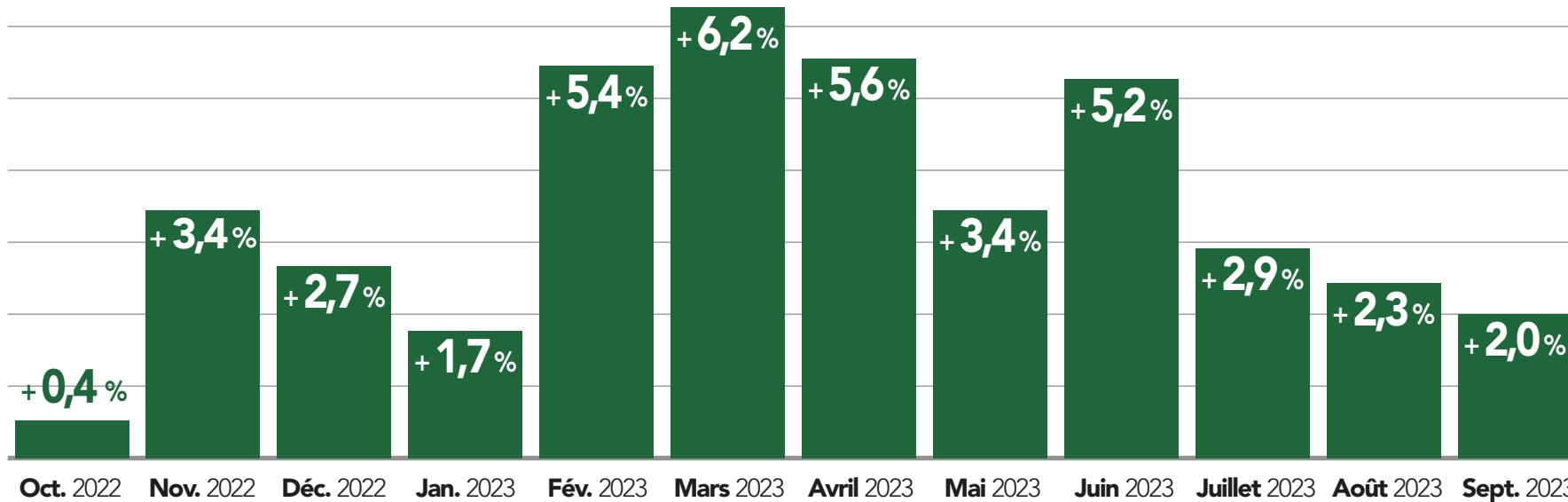
Hypers-supers-ecommerce GSA



CUMUL 2023

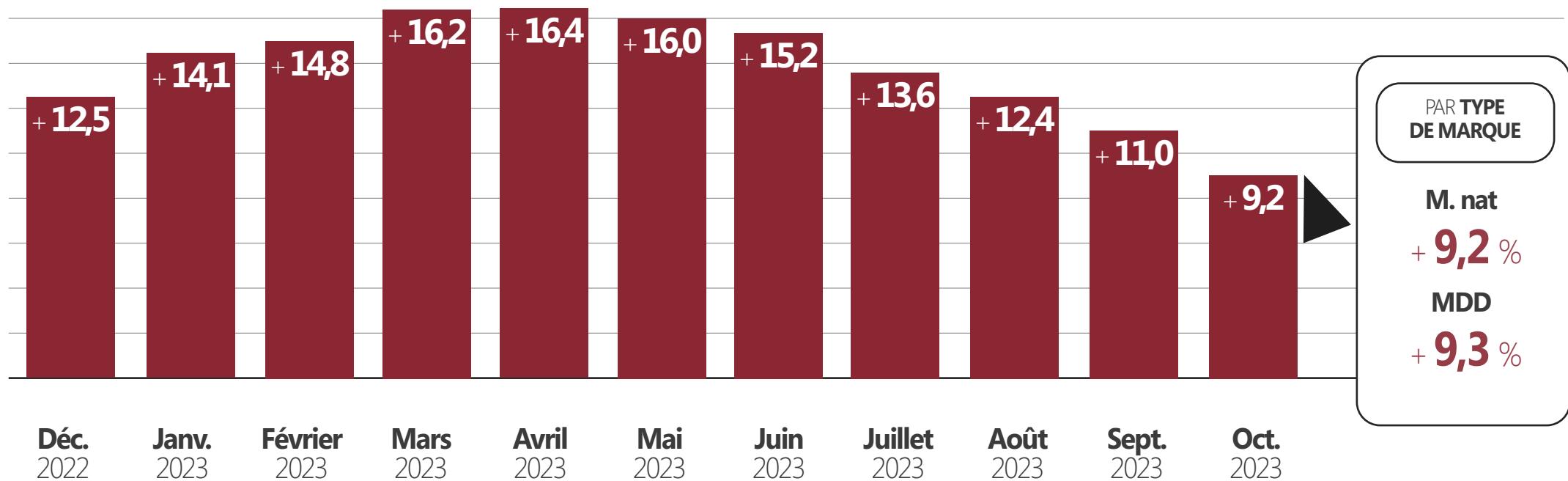
en valeur

**+ 4,0 %**



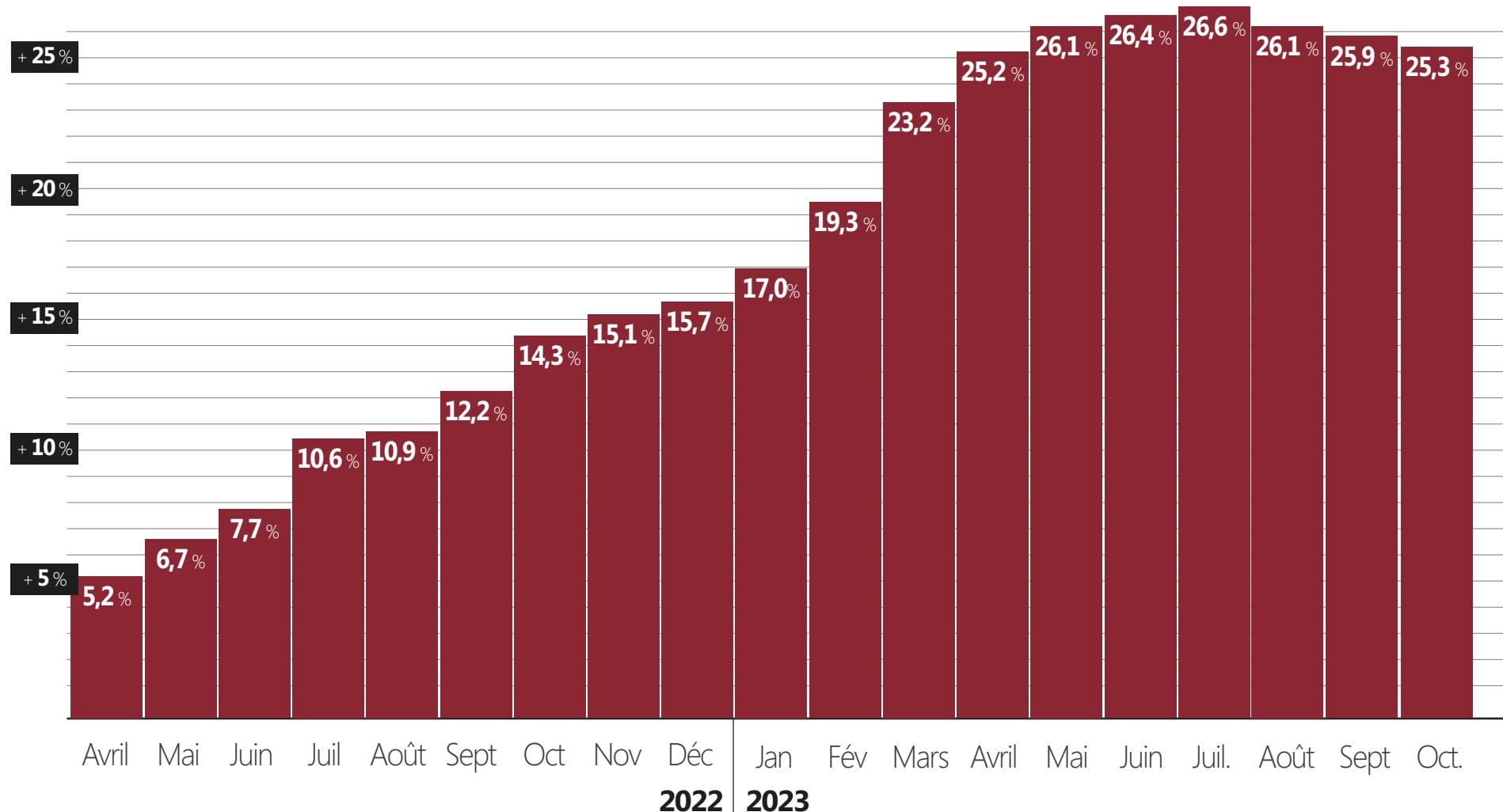
## ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS

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



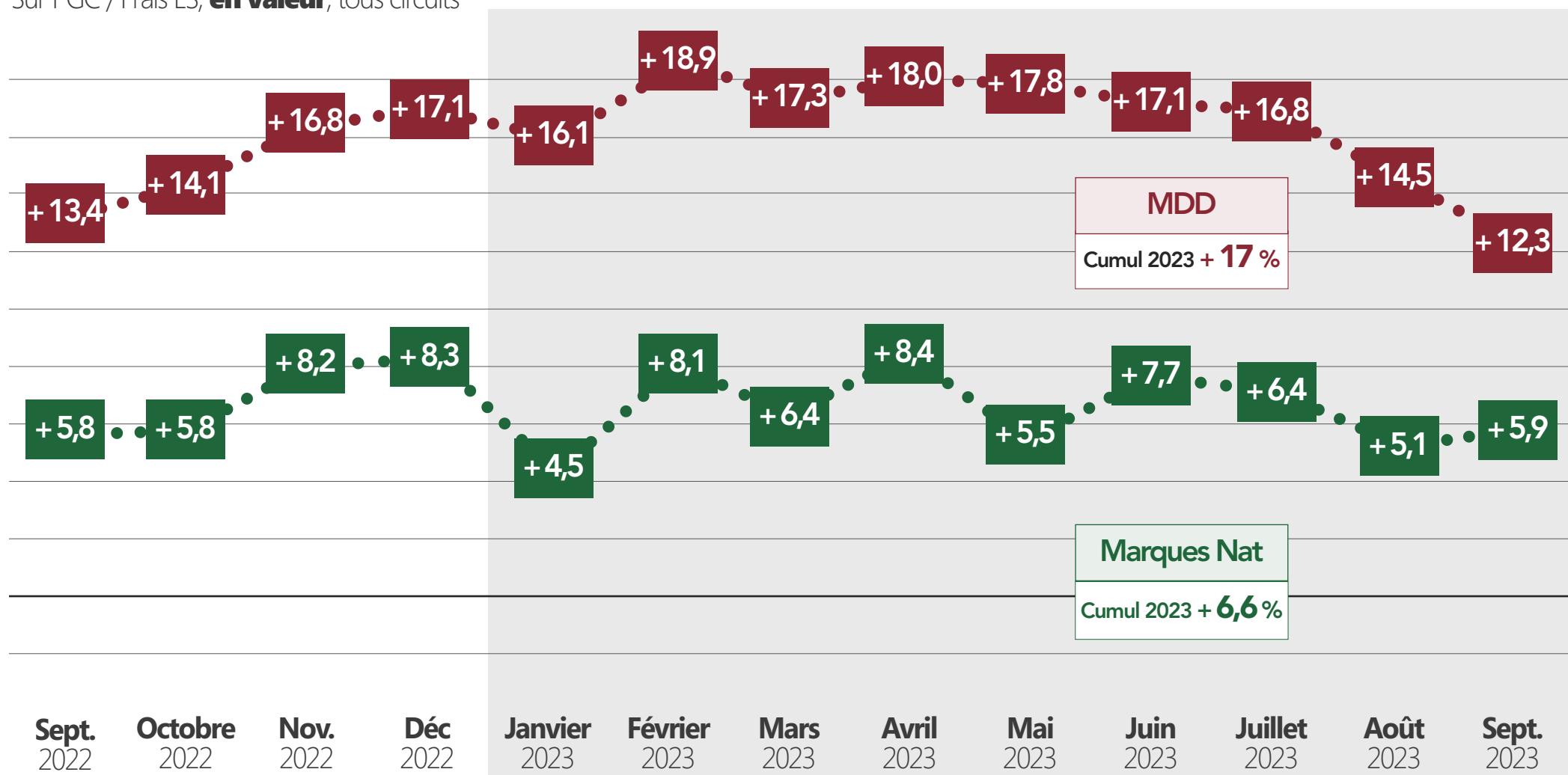
## L'INFLATION D'UN PANIER DE 150 "STARS" DES RAYONS ALIMENTAIRES

**a3distrib**  
by NielsenIQ



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

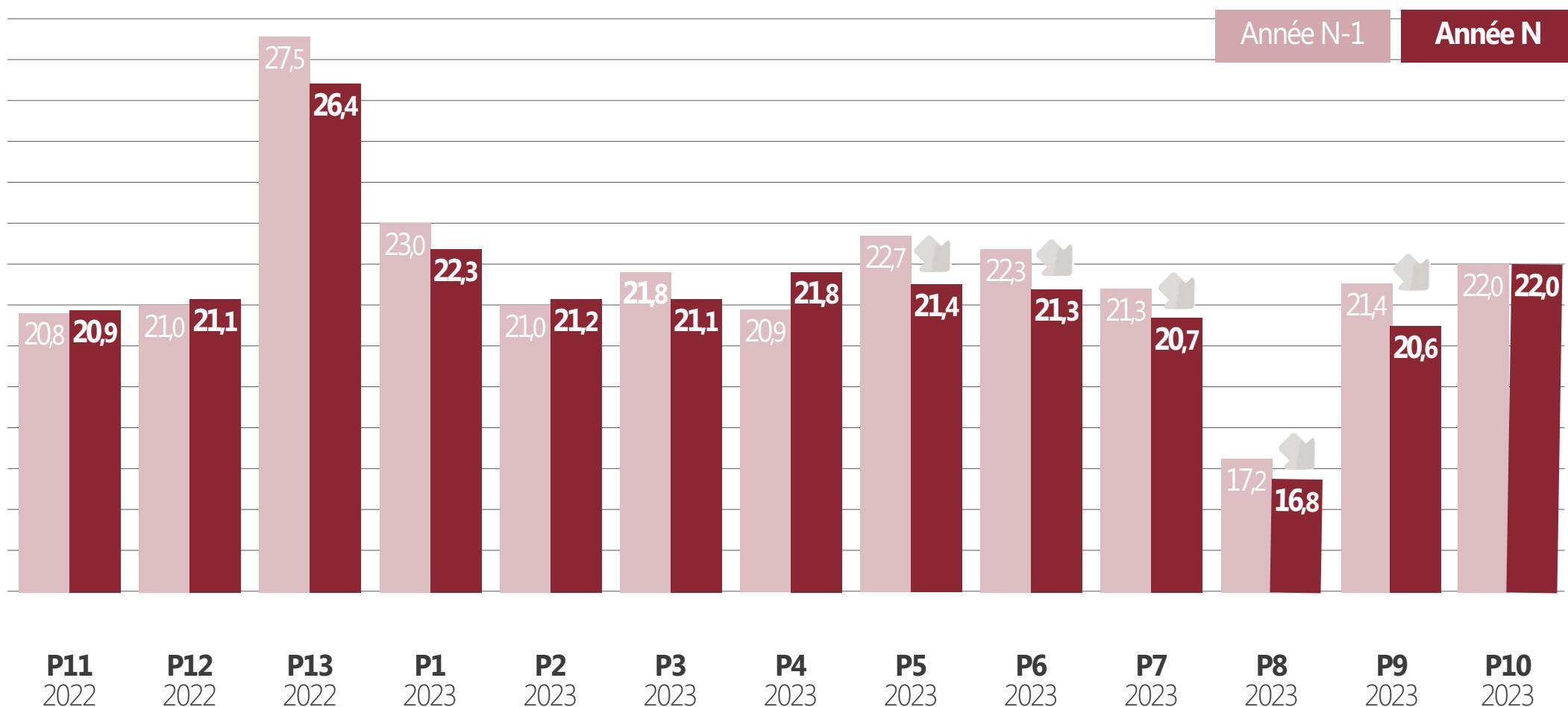
Sur PGC / Frais LS, **en valeur**, tous circuits



## 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 / P10 2023

% des ventes sur PGC / Frais LS

VALEUR

**NielsenIQ**



HM > 7 500 m<sup>2</sup>

HM < 7 500 m<sup>2</sup>

SM > 2 000 m<sup>2</sup>

SM < 2 000 m<sup>2</sup>

Urbaine

Rurale

Drive

LAD

Évol  
du CA

+ 3,2 %

+ 11 %

+ 6,2 %

+ 1,8 %

+ 9,5 %

+ 11 %

+ 5,9 %

+ 14 %

+ 13 %

% des ventes

**17,1 %**

**20,0 %**

**20,3 %**

**12,0 %**

**6,9 %**

**2,4 %**

**12,5 %**

**8,0 %**

**0,8 %**

37,1 %

32,3 %

9,4 %

8,8 %

## L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P10 2023

**NielsenIQ**

% des ventes sur PGC / Frais LS

VALEUR



HM > 7 500 m<sup>2</sup>

HM < 7 500 m<sup>2</sup>

SM > 2 000 m<sup>2</sup>

SM < 2 000 m<sup>2</sup>

Urbaine

Rurale

Drive

LAD

Évol  
du CA

+ 7,0 %

+ 11 %

+ 12 %

+ 5,2 %

+ 12 %

+ 12 %

+ 13 %

+ 11 %

+ 8 %

% des  
ventes

**17,5 %**

**20,0 %**

**20,7 %**

**12,1 %**

**6,6 %**

**2,5 %**

**12,5 %**

**7,3 %**

**0,8 %**

37,5 %

32,8 %

9,1 %

8,1 %

## L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P10 2023

En volumes UC sur PGC / Frais LS

**VOLUMES**

**NielsenIQ**



HM > 7 500 m<sup>2</sup>

HM < 7 500 m<sup>2</sup>



SM > 2 000 m<sup>2</sup>

SM < 2 000 m<sup>2</sup>



Urbaine



SDMP  
(Discount)

Rurale



Drive

LAD

**Évol  
des  
volumes**

**- 5,5 %**

**+ 1,6 %**

**- 1,0 %**

**- 3,4 %**

**+ 2,0 %**

**+ 1,7 %**

**- 1,6 %**

**+ 3,8 %**

**+ 3,8 %**

## L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P10 2023

En volumes UC sur PGC / Frais LS

**VOLUMES**

**NielsenIQ**



HM > 7 500 m<sup>2</sup>

HM < 7 500 m<sup>2</sup>



SM > 2 000 m<sup>2</sup>

SM < 2 000 m<sup>2</sup>



Urbaine



SDMP  
(Discount)

Rurale



Drive

LAD

**Évol  
des  
volumes**

**- 3,9 %**

**+ 0,8 %**

**+ 0,5 %**

**- 5,1 %**

**+ 1,5 %**

**- 0,1 %**

**+ 0,3 %**

**- 0,7 %**

**- 3,1 %**

**LE MARCHÉ**

**LES CIRCUITS**

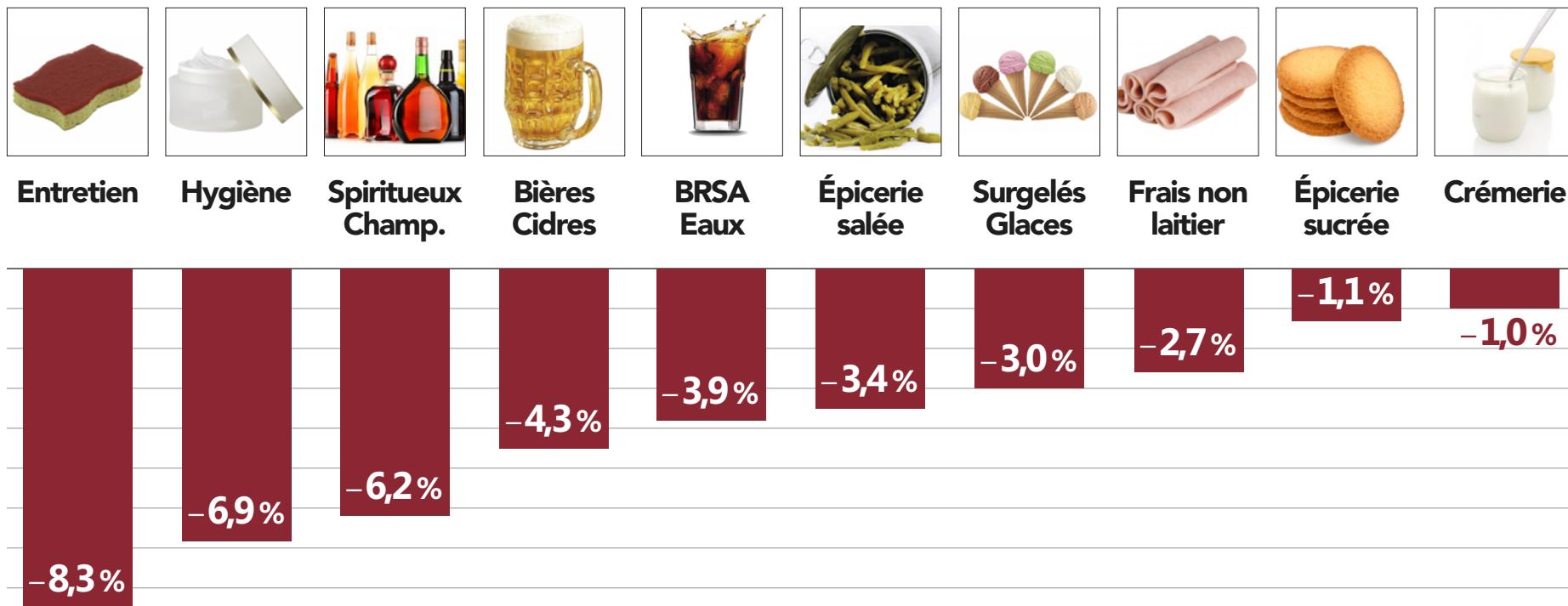
➔ **LES RAYONS**

**LES ENSEIGNES**

**LES BONUS (DU MOIS)**

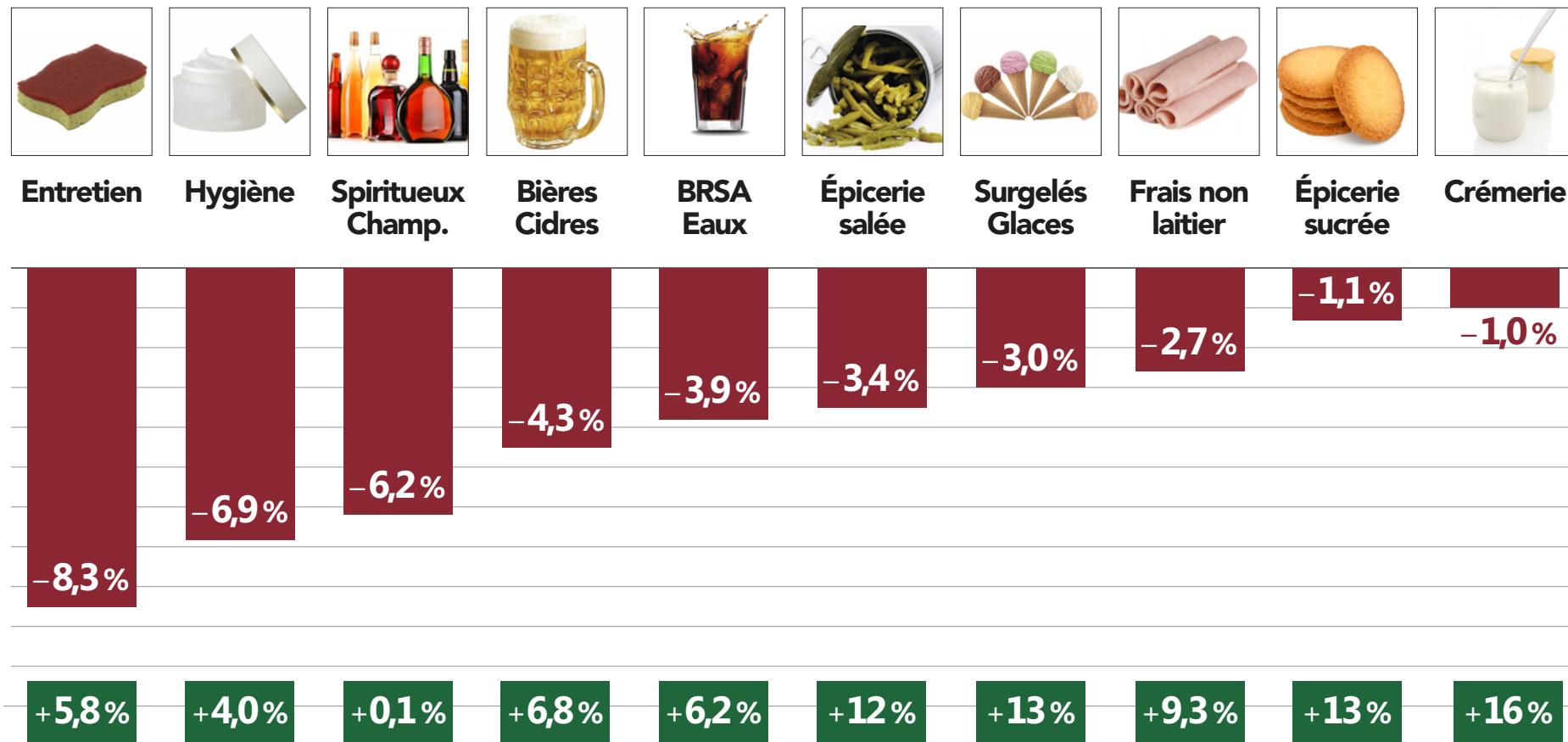
## L'ÉVOLUTION DES VOLUMES SELON LES RAYONS

Janvier-Sept 2023 vs N-1, tous circuits



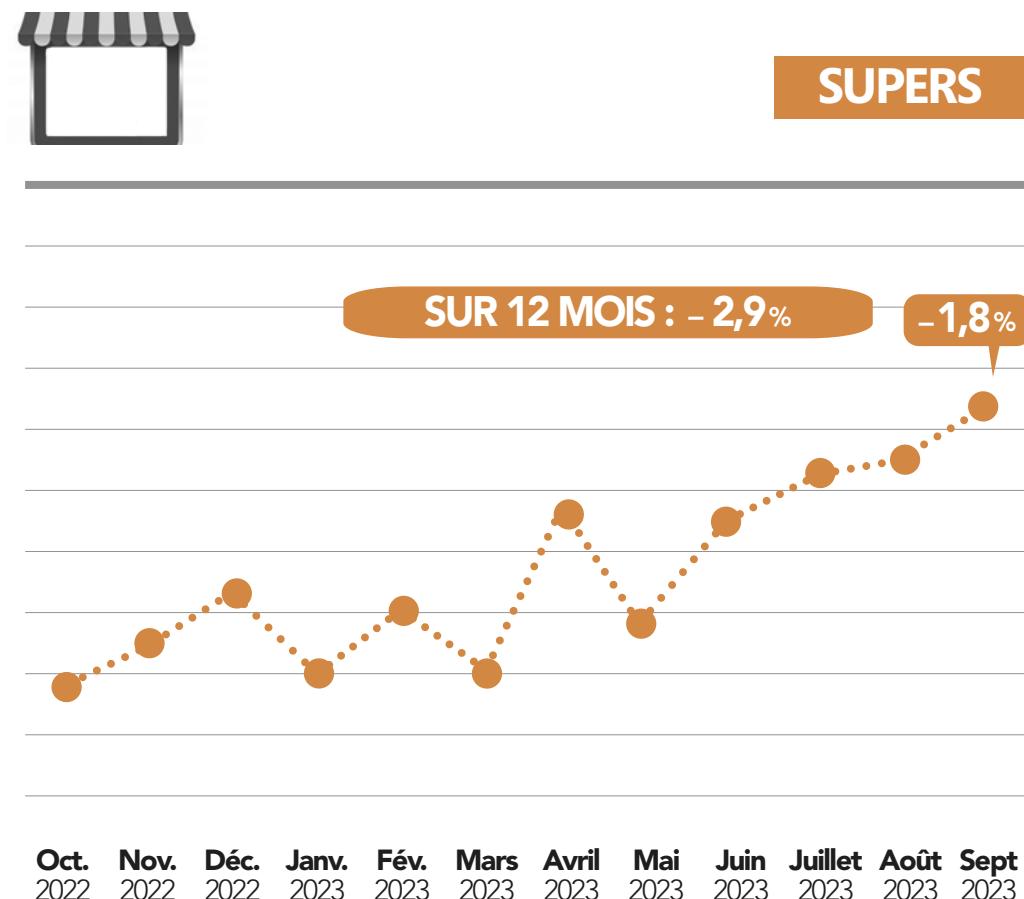
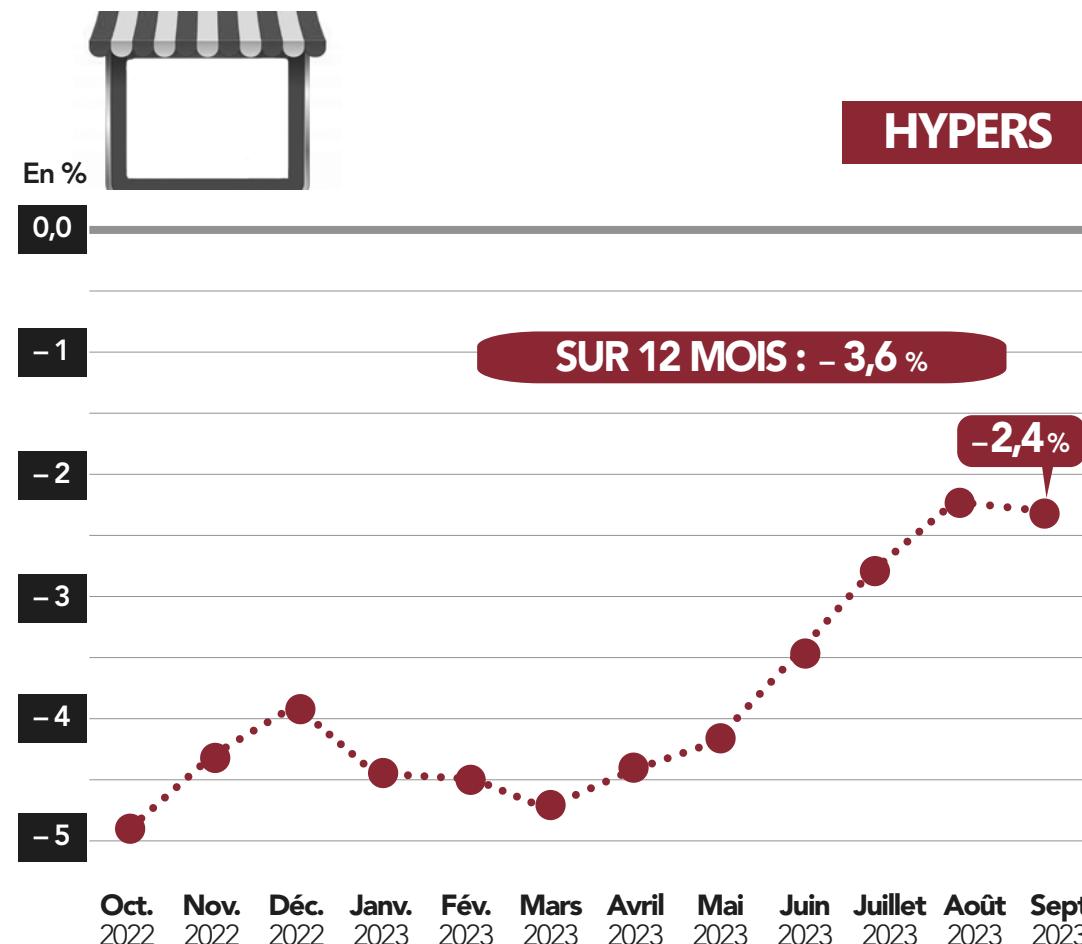
## L'ÉVOLUTION DES VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS

Janvier-Sept 2023 vs N-1, tous circuits



## ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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

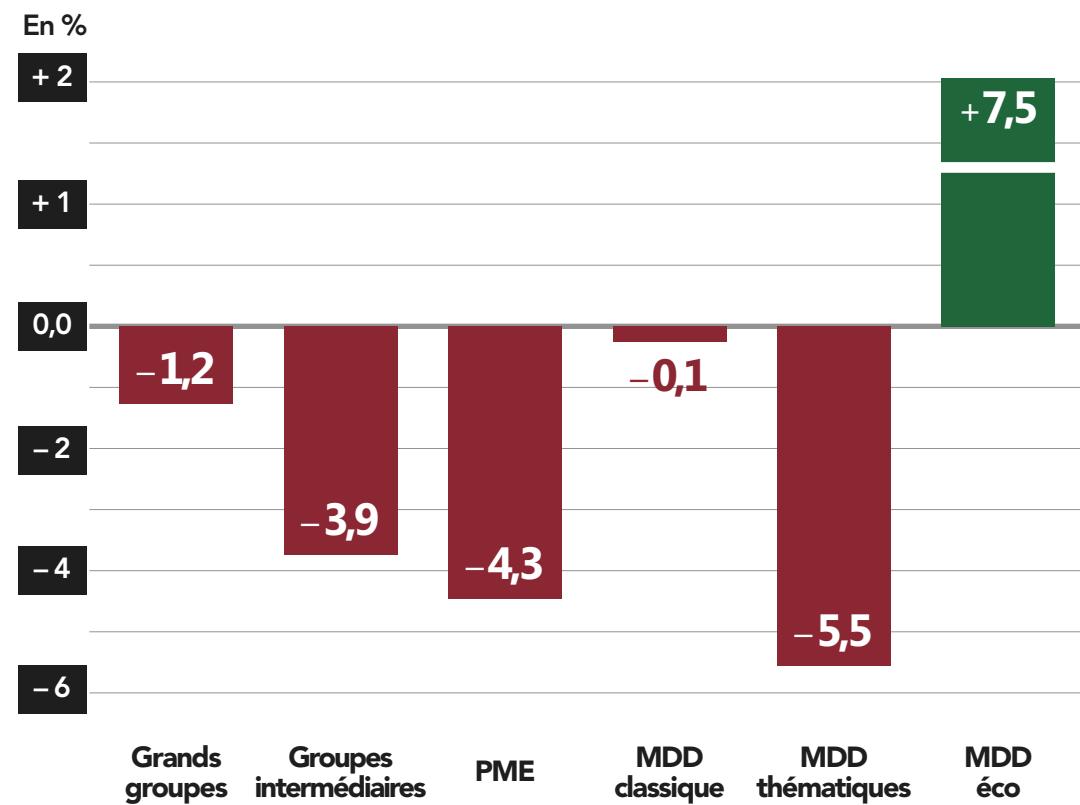


## ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

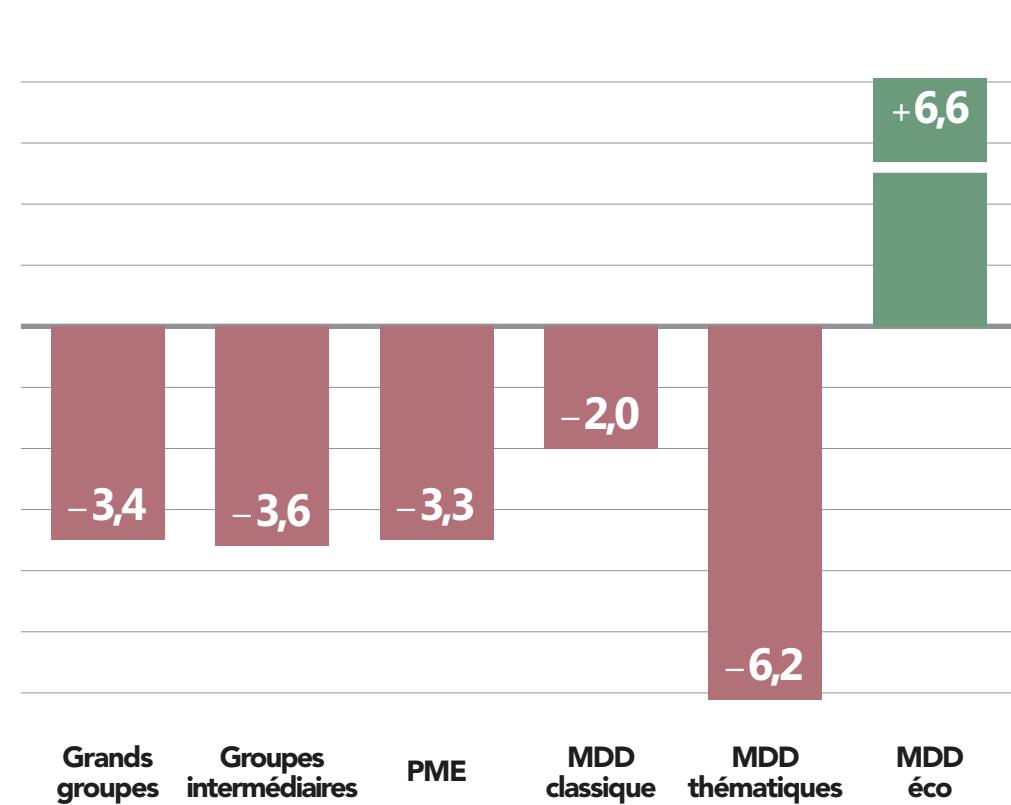
Evol. nombre d'EAN hebdo / Mag – PGC FLS



### SEPTEMBRE



### CUMUL JANVIER-SEPTEMBRE



## PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

**NielsenIQ**

**P1 > P10 2023**, en valeur. Parts de marché et évolution des ventes

MN  
**65,7 %**

MDD  
**34,3 %**

Grands groupes  
**47,7 %**

ETI  
**8,6 %**

PME  
**7,3 %**

TPE  
**2,0 %**

Standard  
**29,1 %**

Bio  
**1,9 %**

Premium  
**1,4 %**

1<sup>ers</sup> prix  
**1,9 %**

Évol  
des ventes  
(vs N-1)  
+ 7,5 %

+ 6,6 %

+ 5,2 %

+ 7,2 %

+ 16,3 %

+ 1,7 %

+ 4,4 %

+ 44 %

**LE MARCHÉ**

**LES CIRCUITS**

**LES RAYONS**

→ **LES ENSEIGNES**

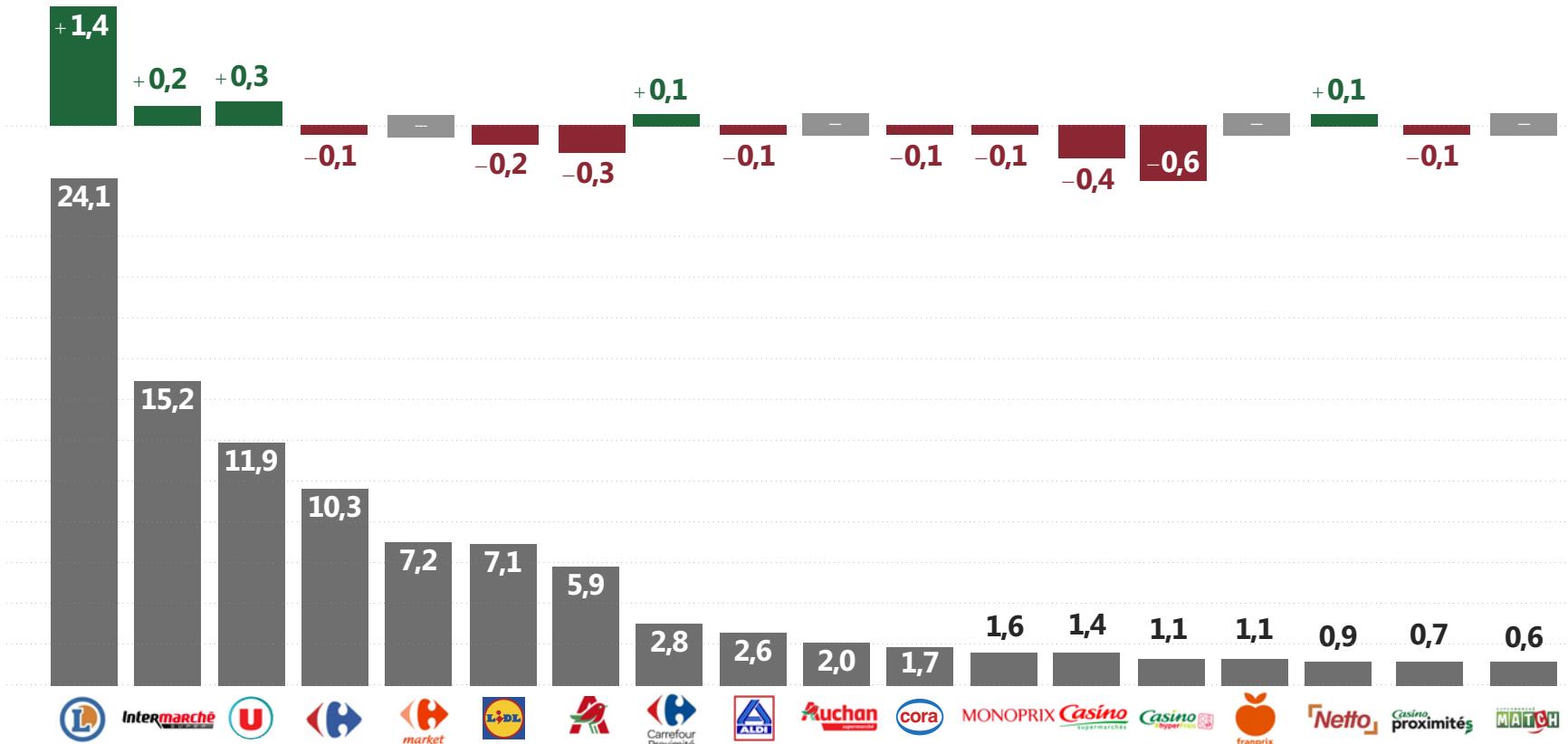
**LES BONUS (DU MOIS)**

## PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P10

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

**KANTAR**

Évolution vs P10 2022



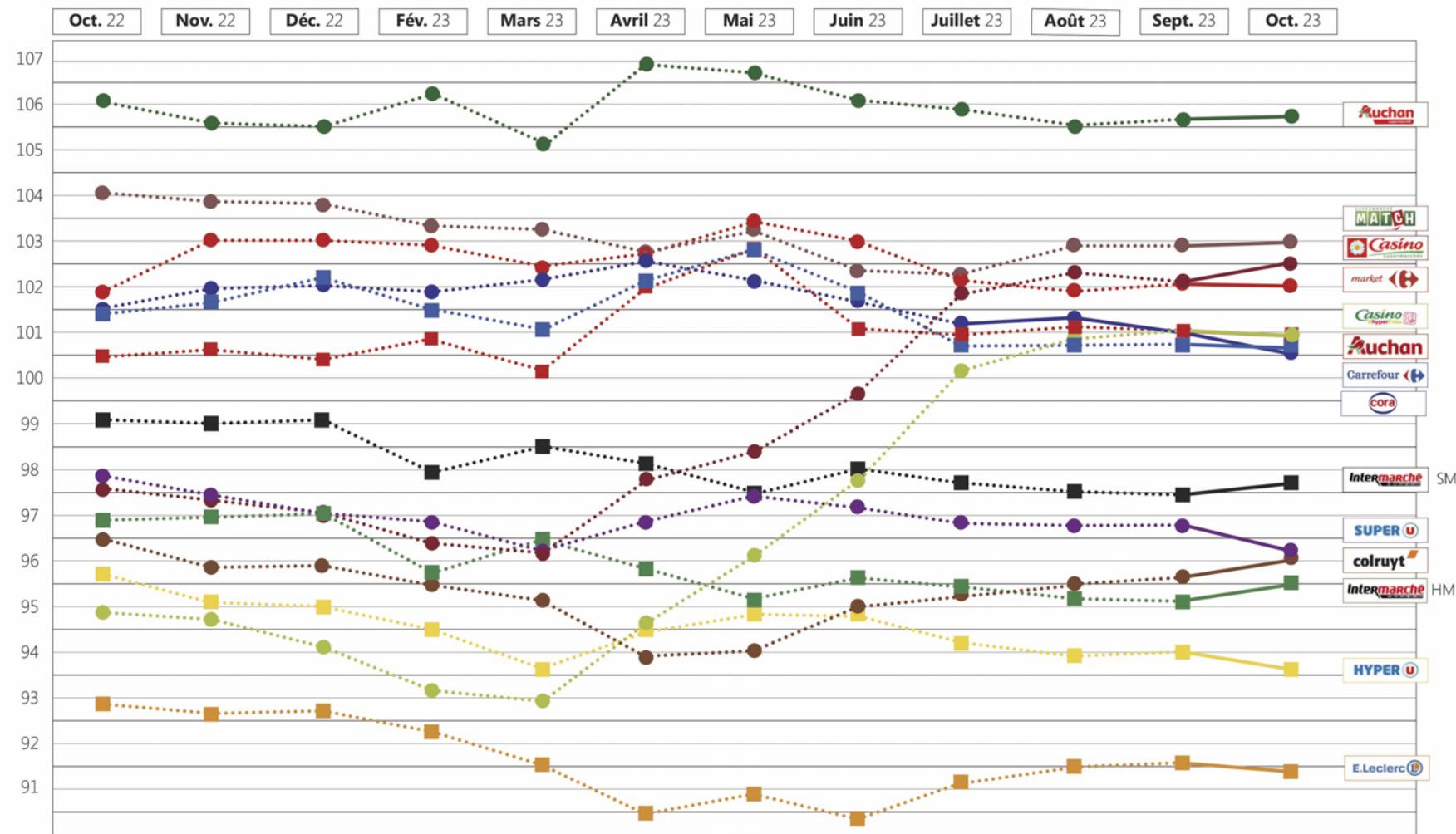
Évolution vs P10 2021

+1,8 0 +0,2 0 0 -0,2 -0,3 +0,1 +0,1 -0,1 -0,1 -0,2 -0,4 -1,0 0 +0,1 -0,1 0

## DISTRI PRIX OCTOBRE 2023

L'indice des prix drive hypers/supers

**a3distrib**  
by NielsenIQ





Ce sont les consommateurs qui parlent le mieux de nous.

Merci à eux pour leur confiance !

# Drive to Home

votre partenaire incontournable pour :

- » **La livraison de courses aux domicile des particuliers**
- » **La logistique inter drive**
- » **Le lâcher de caddies**

Expert engagé du dernier kilomètre, Drive to Home est la **première entreprise française** du Last Mile alimentaire **doublement certifiée** des normes **ISO 9001 et ISO 22000**.



## Satisfaction consommateurs



**4,7/5\***  
★★★★★

 **73,9\***  
Net Promoter Score

\*note et taux moyens constatés depuis novembre 2021

## Excellence opérationnelle

Dans une démarche d'**amélioration continue**, Drive to Home dispose d'une cellule qualité dédiée.

## Respect de la chaîne du froid

Nos équipements et process garantissent le **transport de produits frais** (+2°C) **et surgelés** (-15°C) dans le respect de la chaîne du froid : véhicules équipés, caissons isothermes, plaques eutectiques, sondes, PDA, URL de tracking, TMS ...

**LE MARCHÉ**

**LES CIRCUITS**

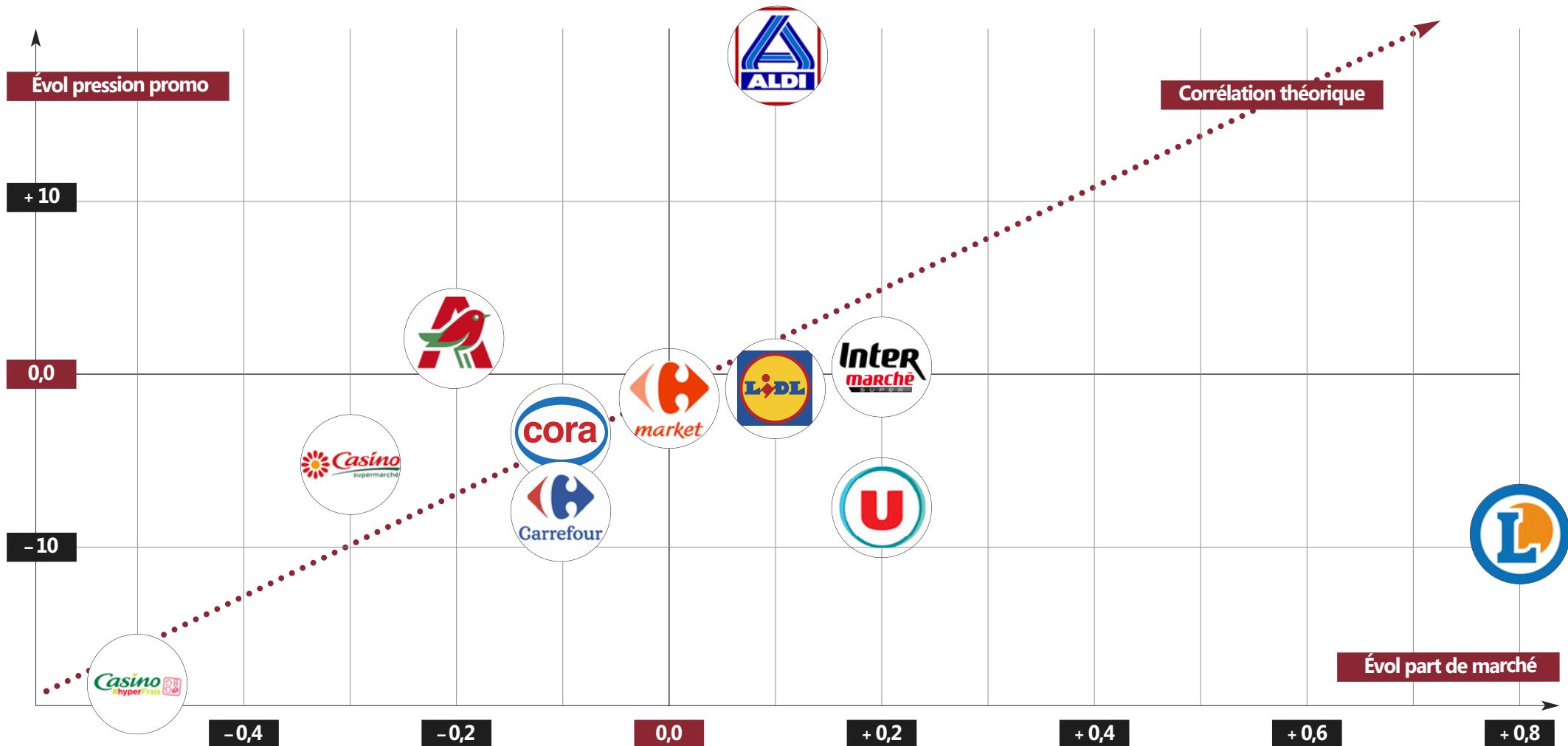
**LES RAYONS**

**LES ENSEIGNES**

→ **LES BONUS (DU MOIS)**

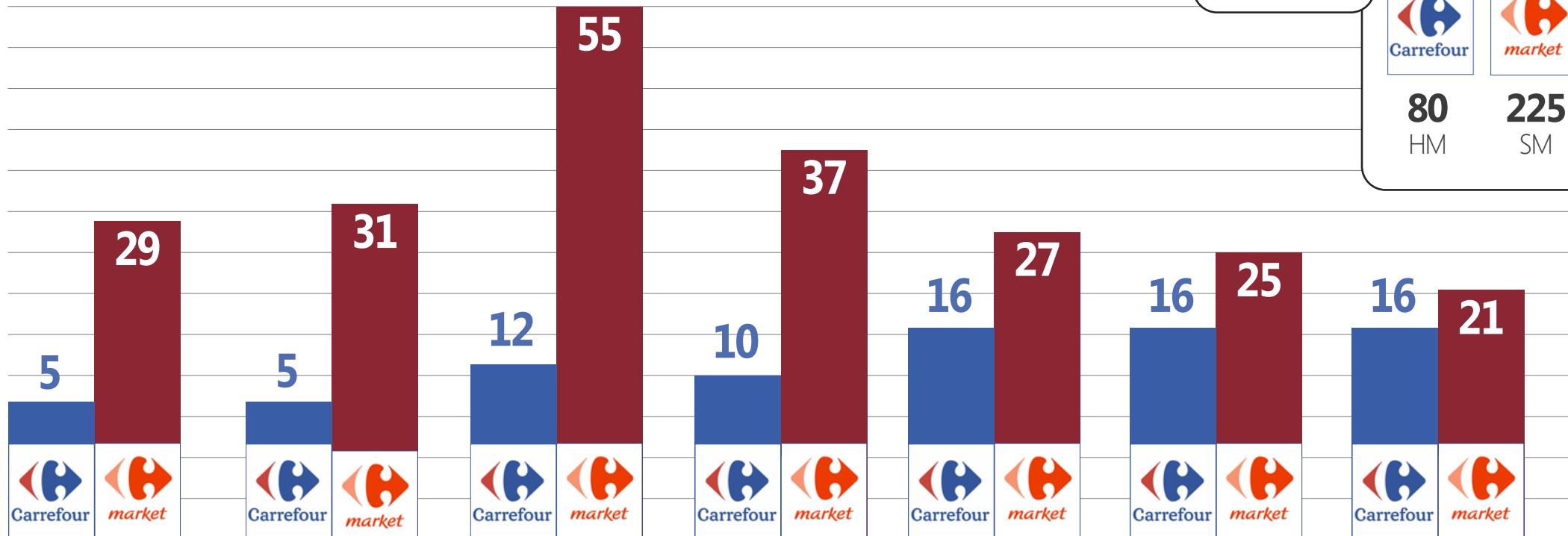
## QUELLE CORRÉLATION ENTRE PROMO ET PDM ? (2023)

Évolution de la pression promo en CAD à août 2023 vs N-1 (en %). Évolution de la PDM PGC / Frais LS en CAD à P8 2023 vs N-1 (en pt).



**a3distrib KANTAR**  
by NielsenIQ

## CARREFOUR : LES PASSAGES EN LOCATION-GÉRANCE / FRANCHISE



Annoncé le 20/10

De 2018  
à 2024

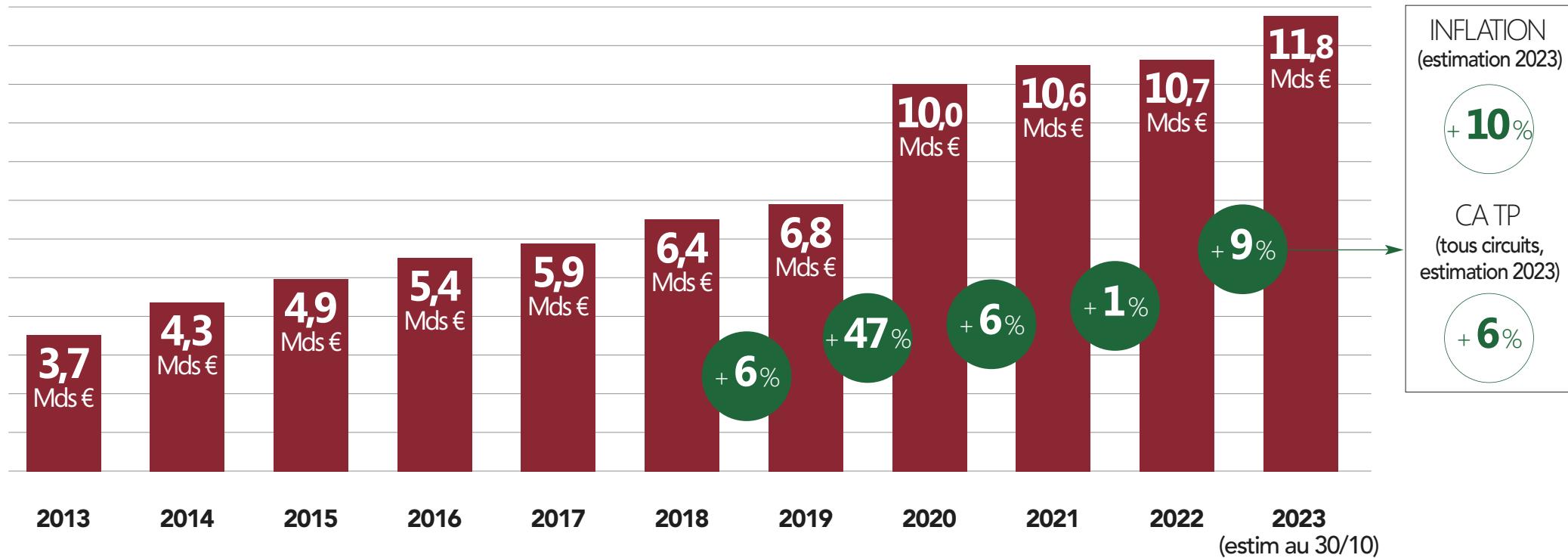
305 magasins



80 HM 225 SM

## LE DRIVE EN 2023

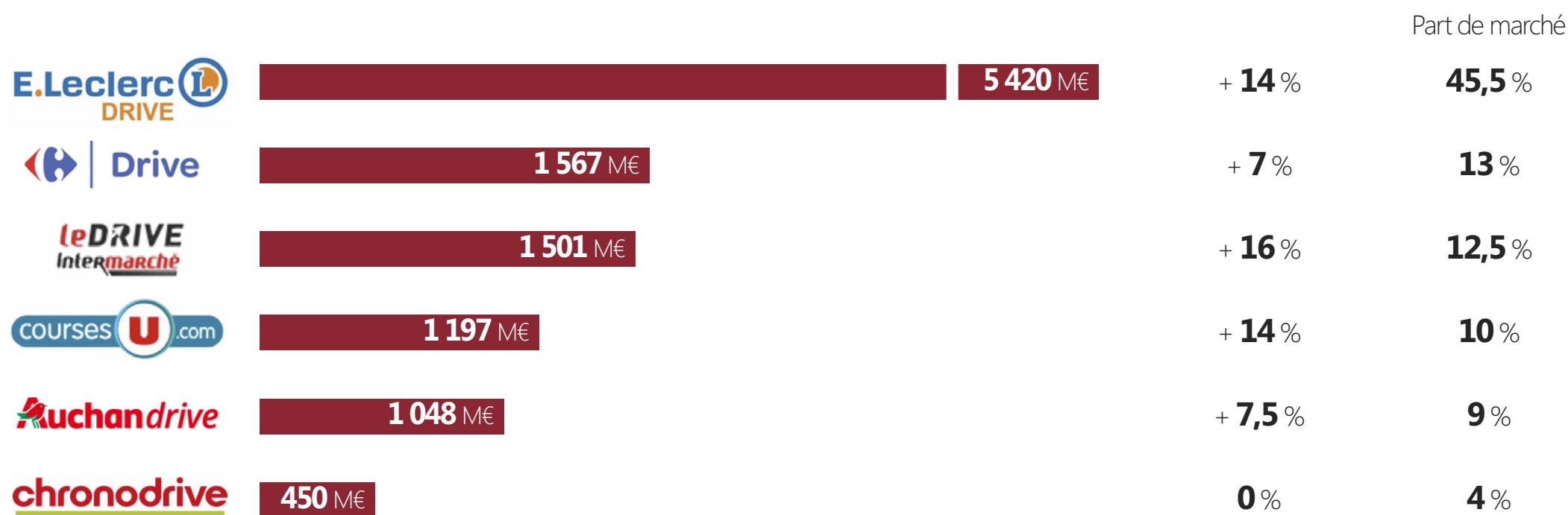
### > Chiffre d'affaires (tous produits, incluant la LAD depuis les drives)



LE DÉTAIL  
PAR ENSEIGNE

## DRIVE : CA PAR ENSEIGNE

> **CA par enseigne** (Projections 2023 sur base fin août en millions d'euros / évolution vs N-1)



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](mailto:caroline.bazin@editionsdauvers.fr)



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

[www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr)