

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Juillet 2024

➔ **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 ;-)

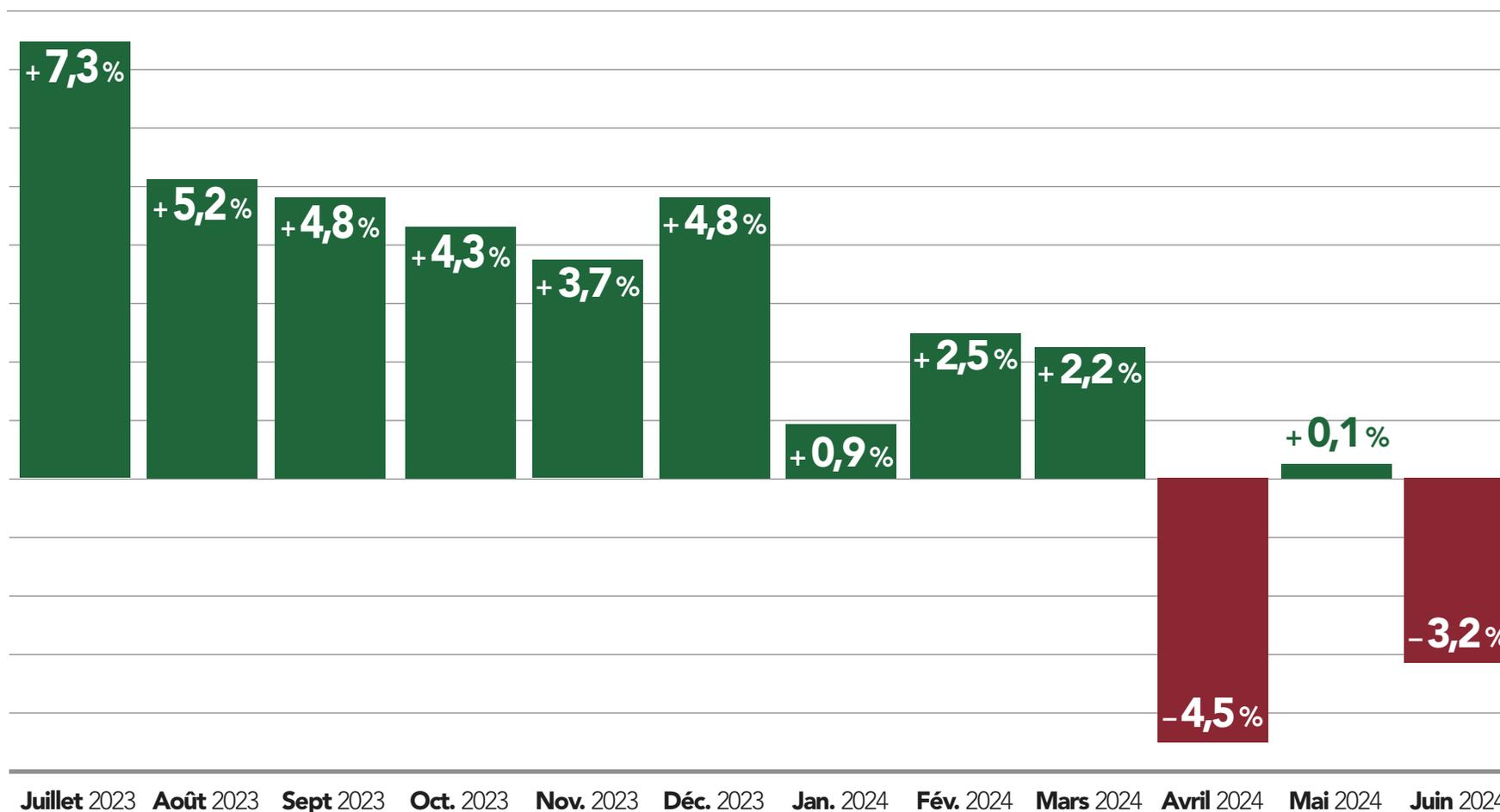
VIGIE GRANDE CONSO



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

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2024

en valeur

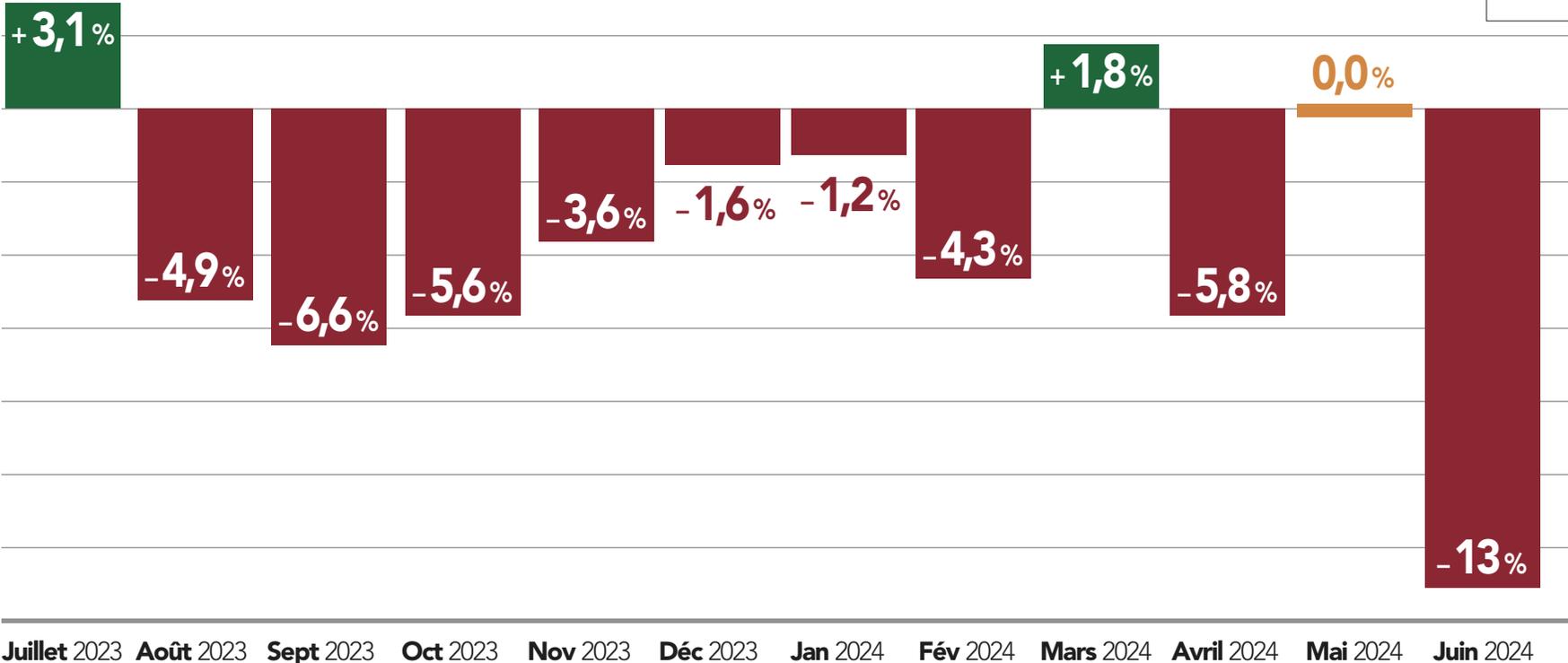
-0,2%

ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



MAISON		-9,8%
JARDIN ANIMALERIE		-20%
SPORTS LOISIRS, JEUX		-16%
CULTURE		-3,7%
TEXTILE		-19%



dont

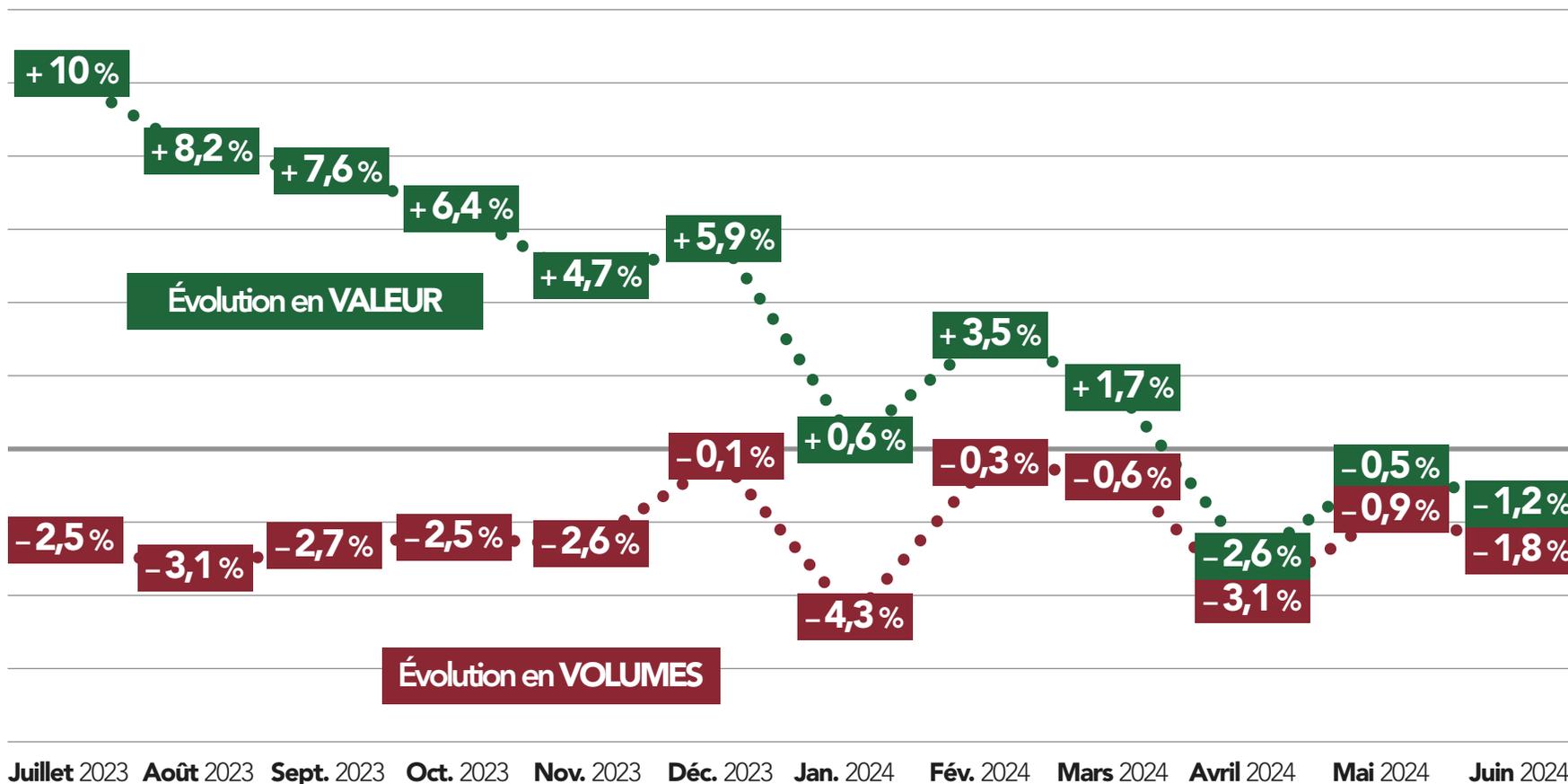
CUMUL 2024

en valeur

-4,1%

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2024

en valeur

+0,1%

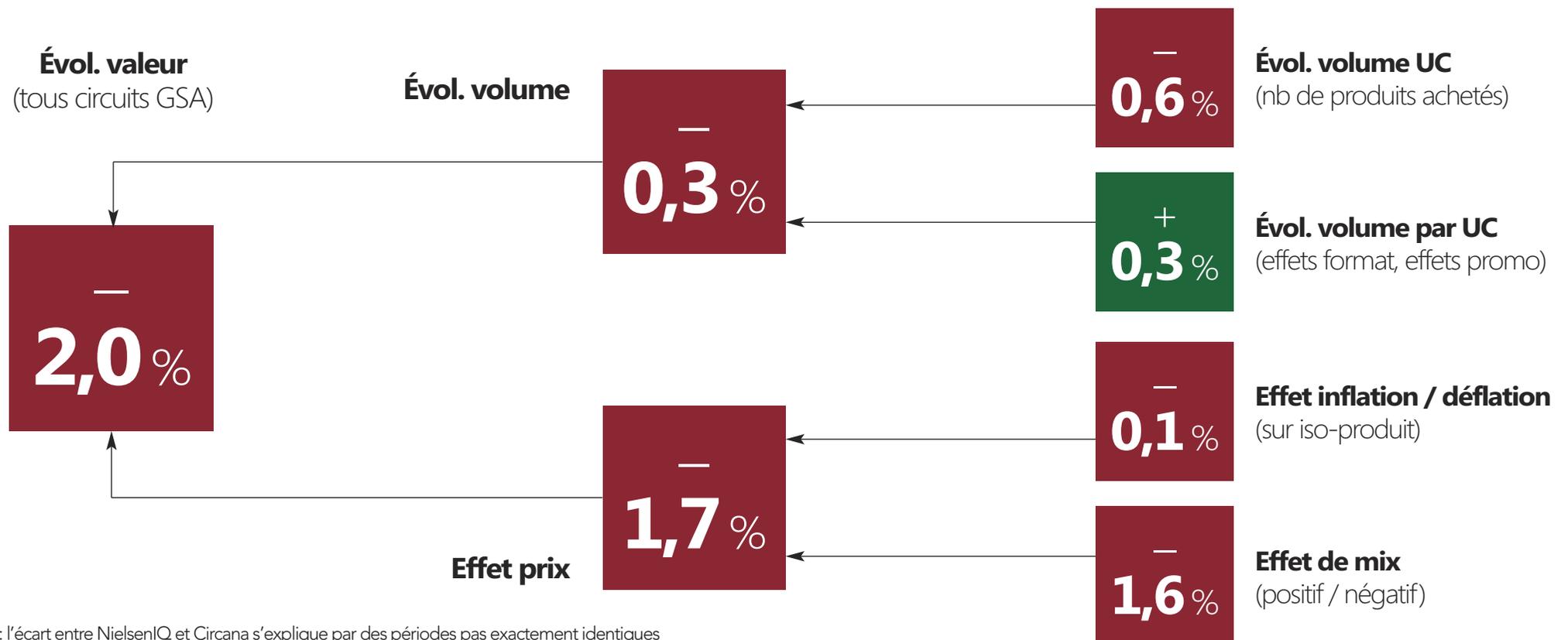
en volumes

-1,6%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

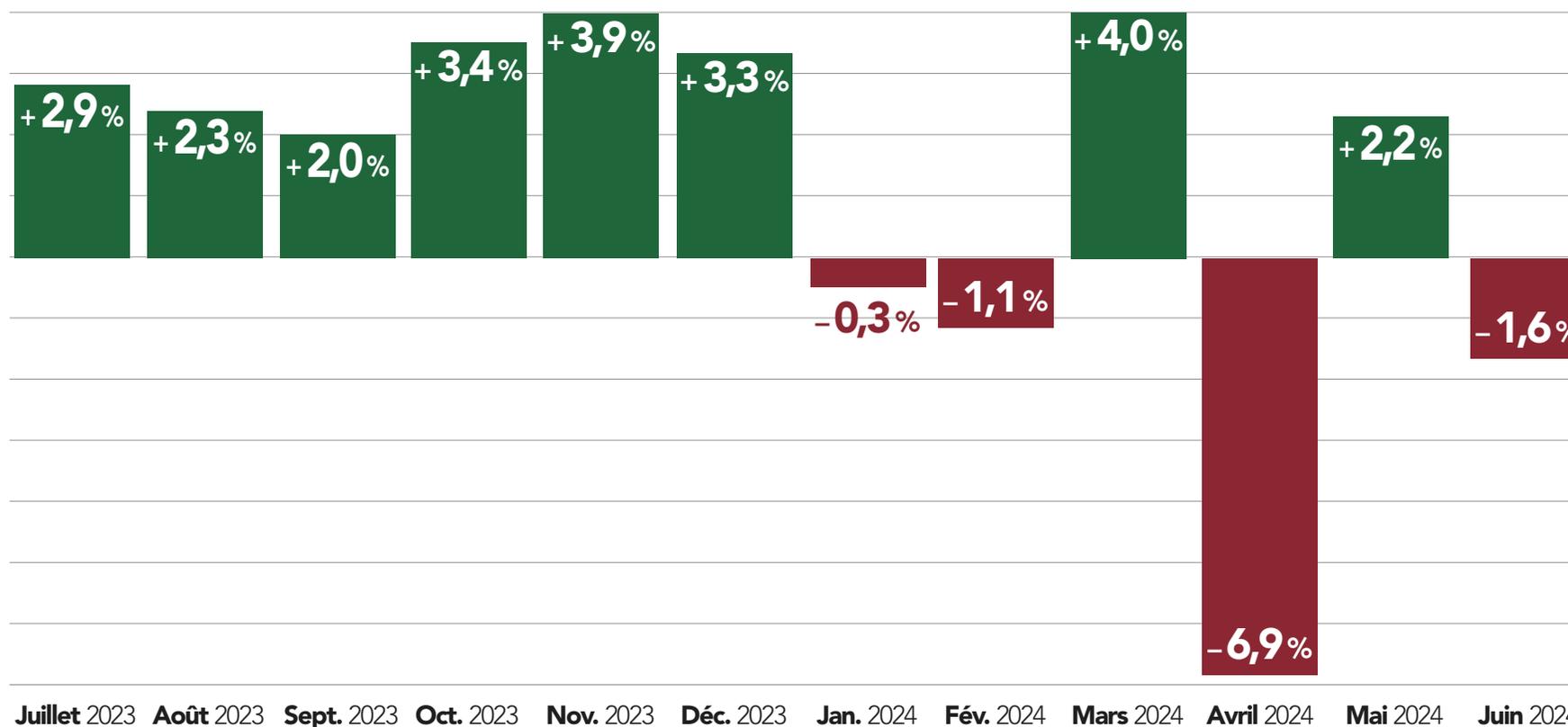
P6 2024, évolution vs N-1, PGC Frais LS



NB : l'écart entre NielsenIQ et Circana s'explique par des périodes pas exactement identiques et des différences de méthodologie dans le périmètre discount.

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

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2024

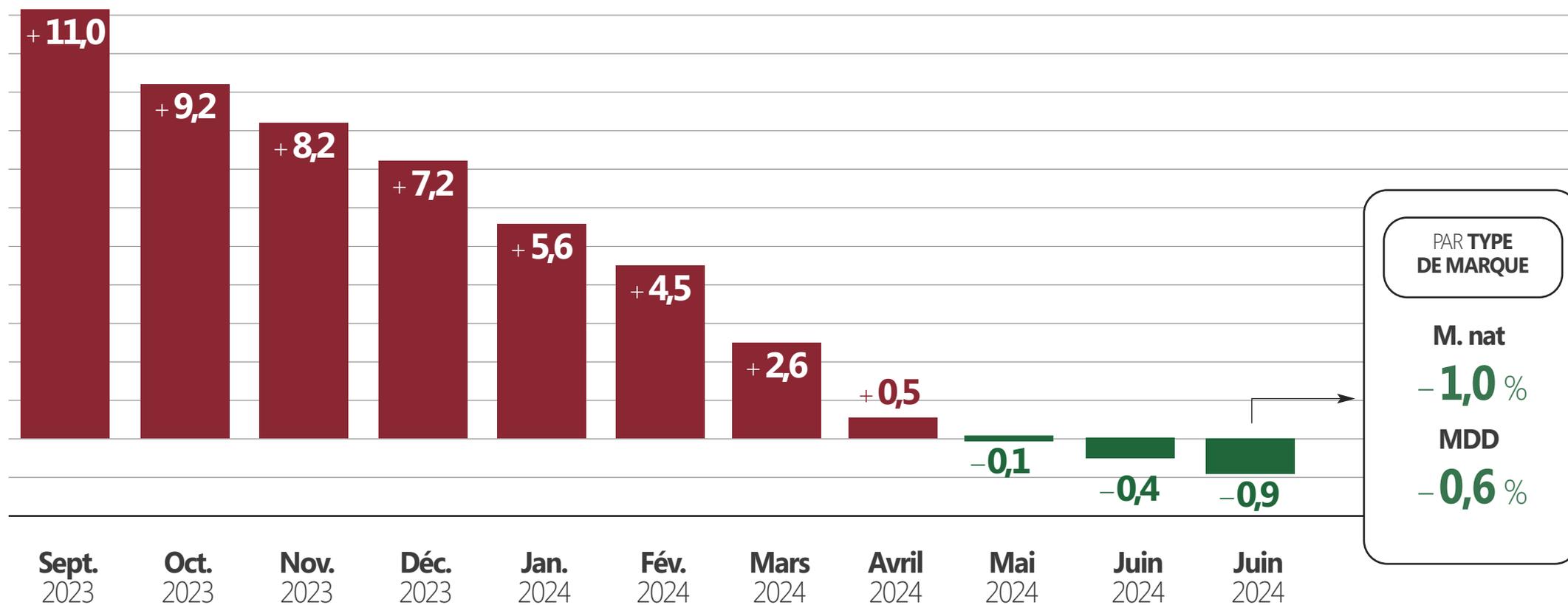
en valeur

-0,5%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



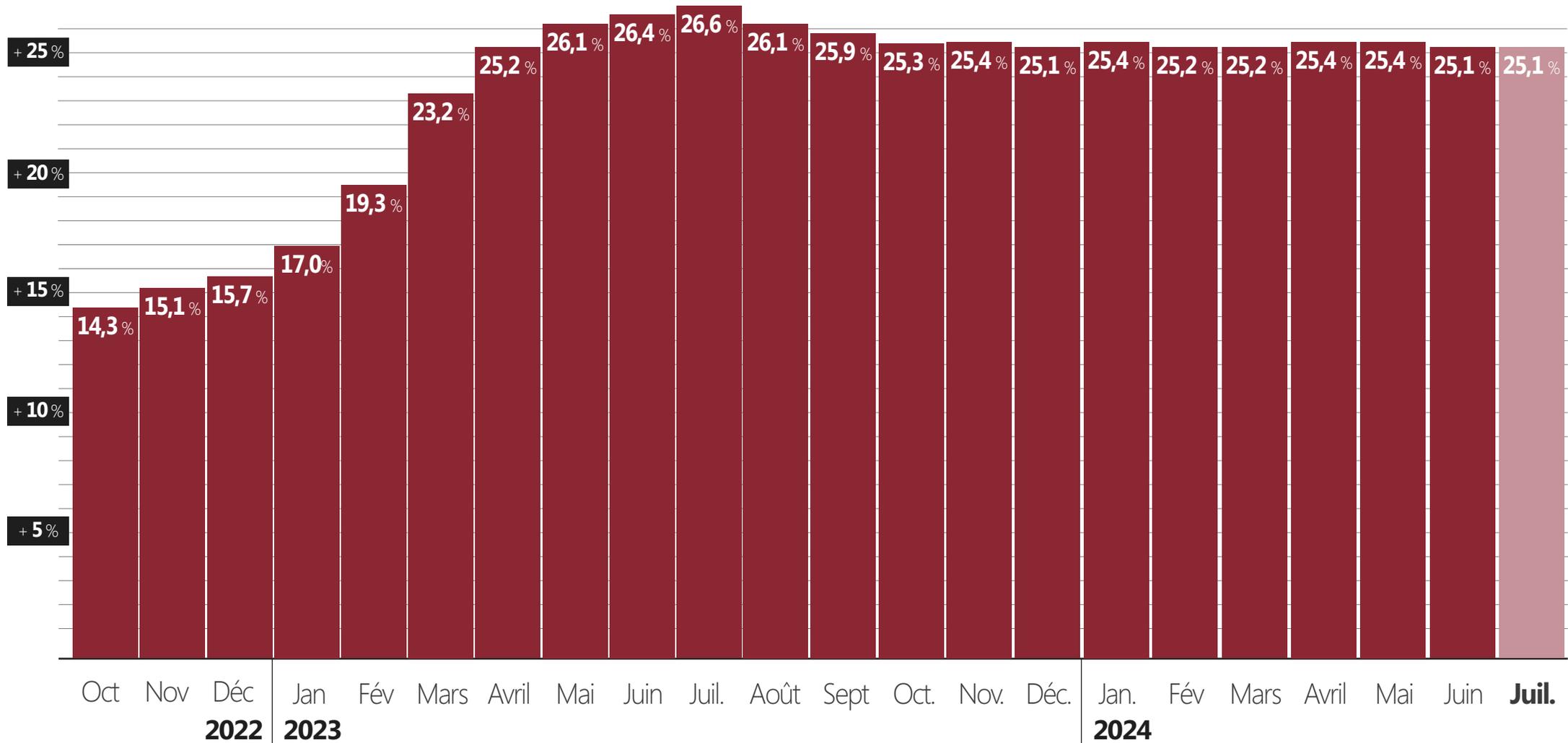
> Inflation à un an Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

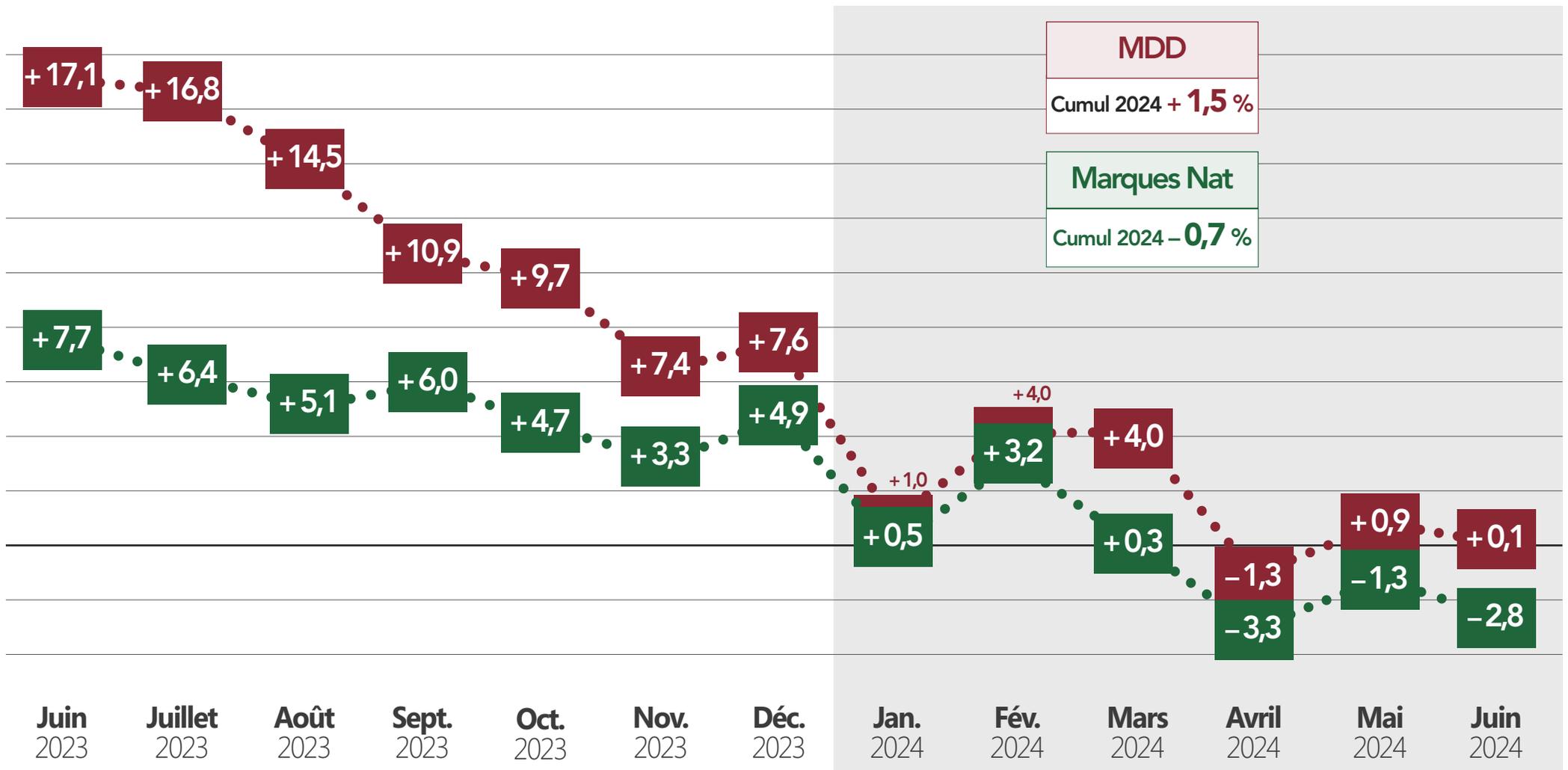
a3distrib
by NielsenIQ

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



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

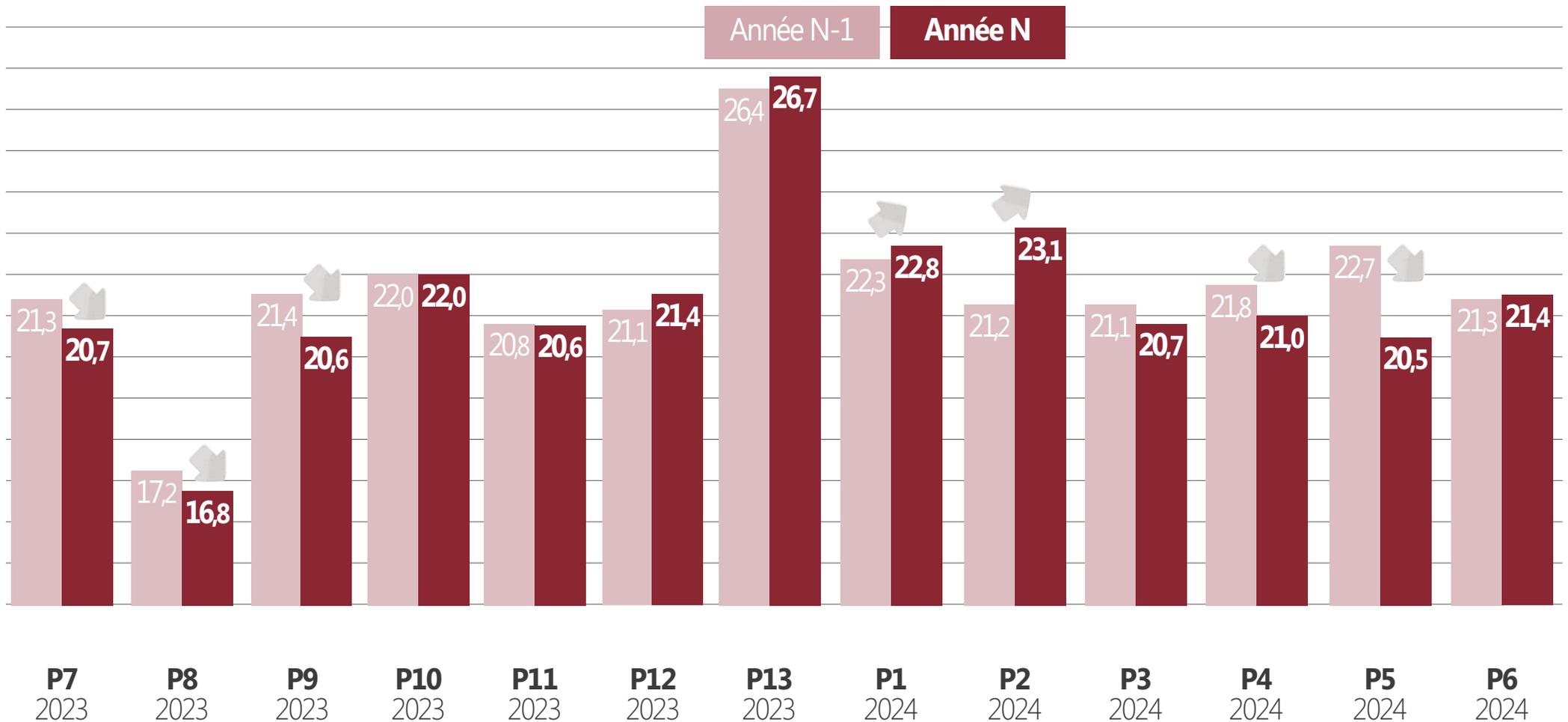
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

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





arneg

FRANCE



VELDEN LX

SENDAI 2



Sendai 2
semi-vertical



Sendai 2
îlot



Velden LX
semi-vertical



Velden LX
îlot

VELDEN LX - SENDAI 2

LE BON GOÛT À L'ORIGINE DE L'EXCELLENCE

VELDEN LX et SENDAI 2, les nouvelles lignes de meubles semi-verticaux et d'îlots qui s'attachent à promouvoir avec brio l'excellence gastronomique, la charcuterie, les produits laitiers et les produits frais emballés.

Caractérisées par un design contemporain, elles valorisent au mieux les produits à forte valeur ajoutée, grâce à un jeu de lignes épurées et de transparence qui s'unit à un éclairage scénographique. Une gamme complète afin de garantir la solution la plus efficace pour répondre aux différentes exigences du point de vente.

SENDAI 2

VELDEN LX

EN SAVOIR PLUS

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P6 2024



% 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

Évol
du CA

- 5,4 %

- 1,5 %

- 2,6 %

- 6,0 %

+ 0,4 %

- 2,6 %

- 0,9 %

+ 6,0 %

+ 15 %

% des ventes

16,2 %

19,9 %

36,1 %

20,5 %

11,5 %

32,1 %

7,4 %

2,7 %

10,1 %

12,3 %

8,4 %

0,9 %

9,3 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAD P6 2024

NielsenIQ

% des ventes sur PGC Frais LS

VALEUR



HYPER

HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²



SUPER

SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



PROXI

Urbaine

Rurale



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

-2,5 %

+2,5 %

+1,9 %

-2,6 %

+2,1 %

+2,3 %

+0,9 %

+7,8 %

+8,1 %

Évol
du CA

16,7 %

19,8 %

36,5 %

20,5 %

11,6 %

32,1 %

7,1 %

2,7 %

9,8 %

12,5 %

8,3 %

0,9 %

9,2 %

% des ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P6 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-3,7%

-0,4%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

-0,6%

-4,5%



Urbaine

Rurale

+0,3%

-1,1%



SDMP
(Discount)

+0,4%



Drive

LAD

+7,1%

+18%

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAD P6 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-4,2%

+0,7%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+1,2%

-2,9%



Urbaine

Rurale

+0,7%

+1,1%



SDMP
(Discount)

+0,6%



Drive

LAD

+5,5%

+5,5%

Évol
des
volumes

Service



sans abonnement et
sans engagement

8h-20h et 7j/7



Disponibilité service support

Sécurité



Assurance des colis



La qualité au coeur
de notre service

CONTACTEZ-NOUS

04 65 00 06 15

En savoir plus



Tut Tut

Vos trajets font la différence

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

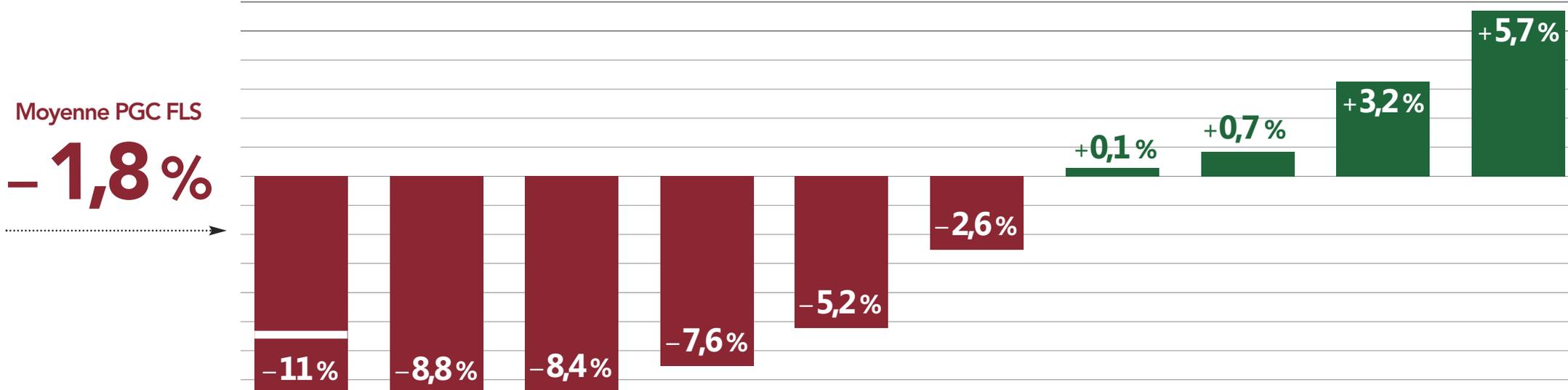
LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

Juin 2024 vs N-1, tous circuits



Moyenne PGC FLS
-1,8%



L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



Juin 2024 vs N-1, tous circuits



**BRSA
Eaux**

**Surgelés
Glaces**

**Bières
Cidres**

Entretien

**Spiritueux
Champ.**

Hygiène

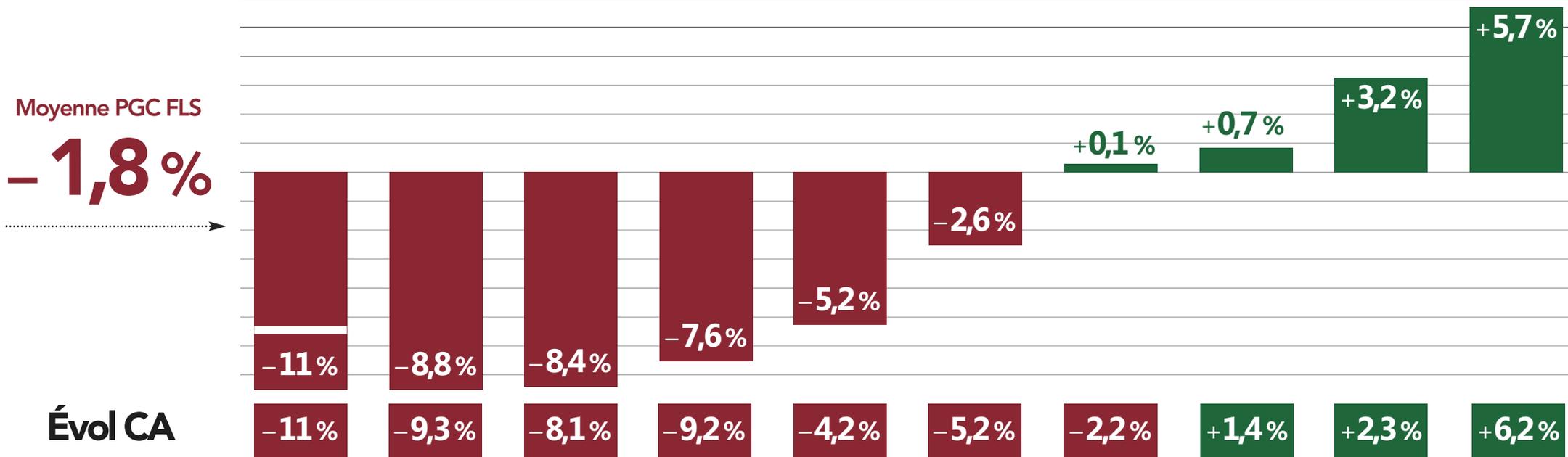
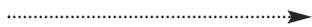
**Frais non
laitier**

**Épicerie
salée**

Crémèrie

**Épicerie
sucrée**

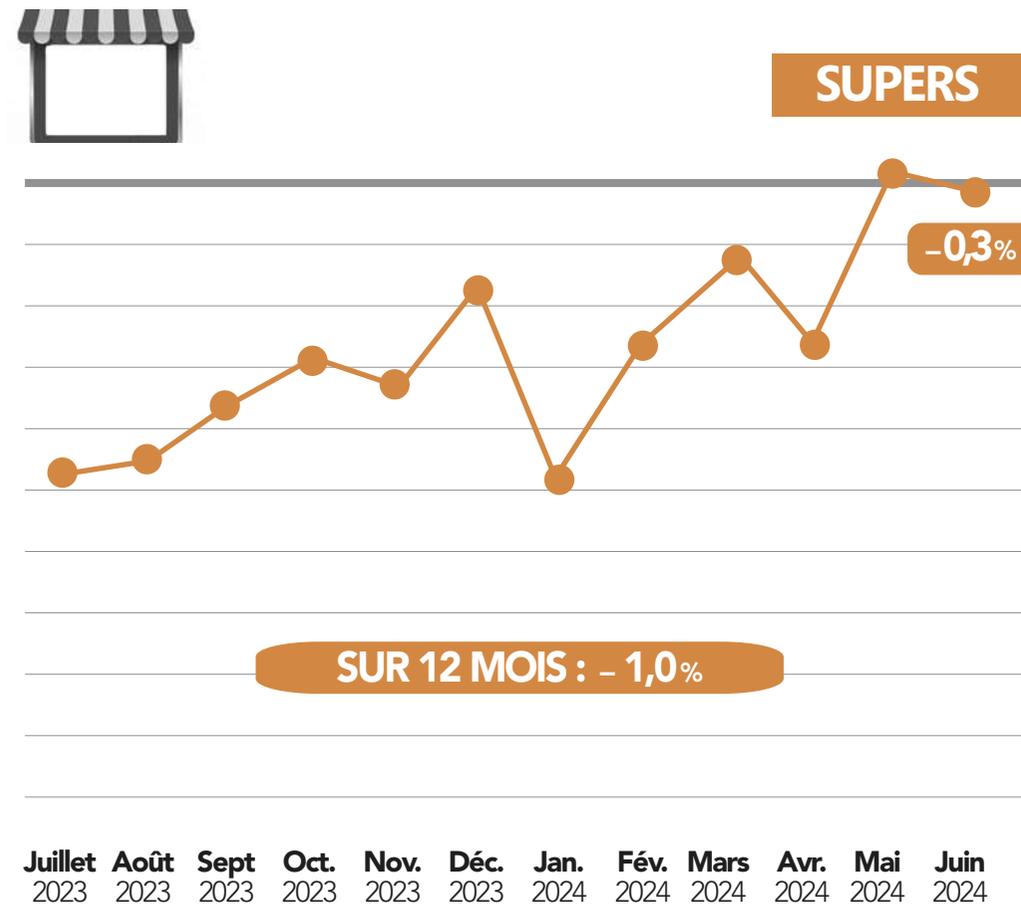
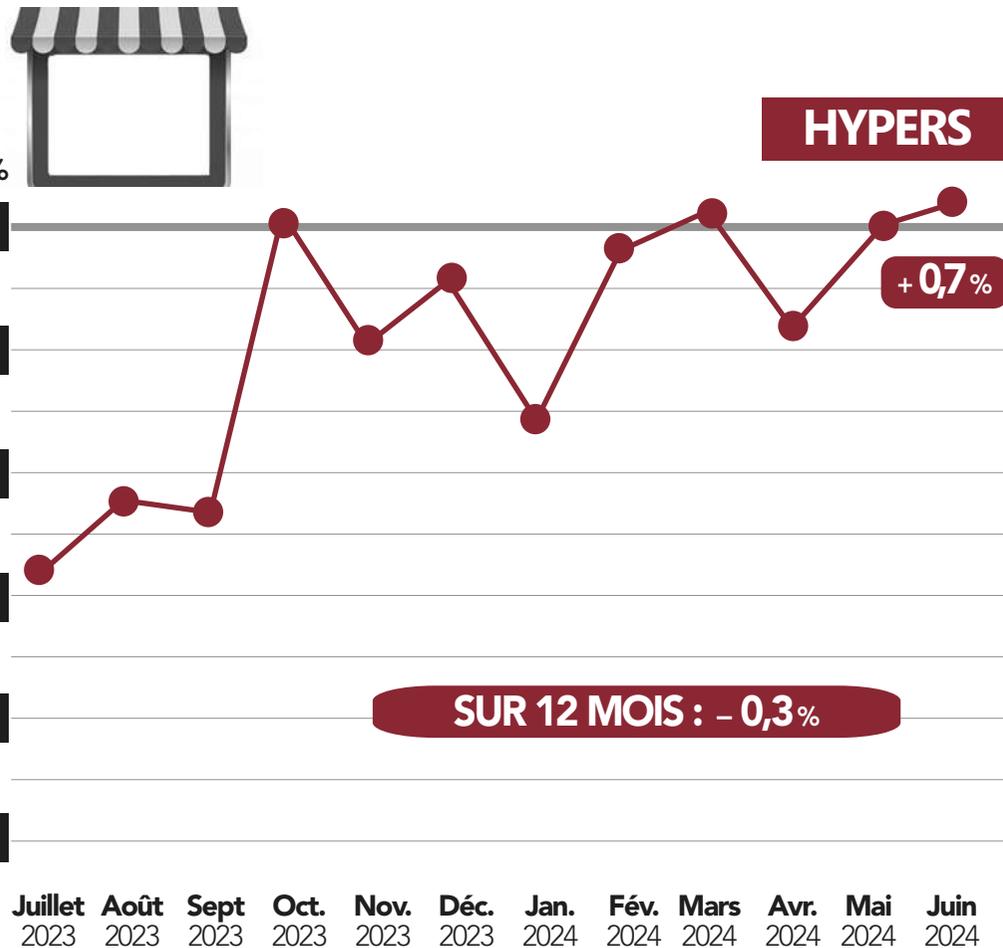
Moyenne PGC FLS
-1,8%



Évol CA

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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



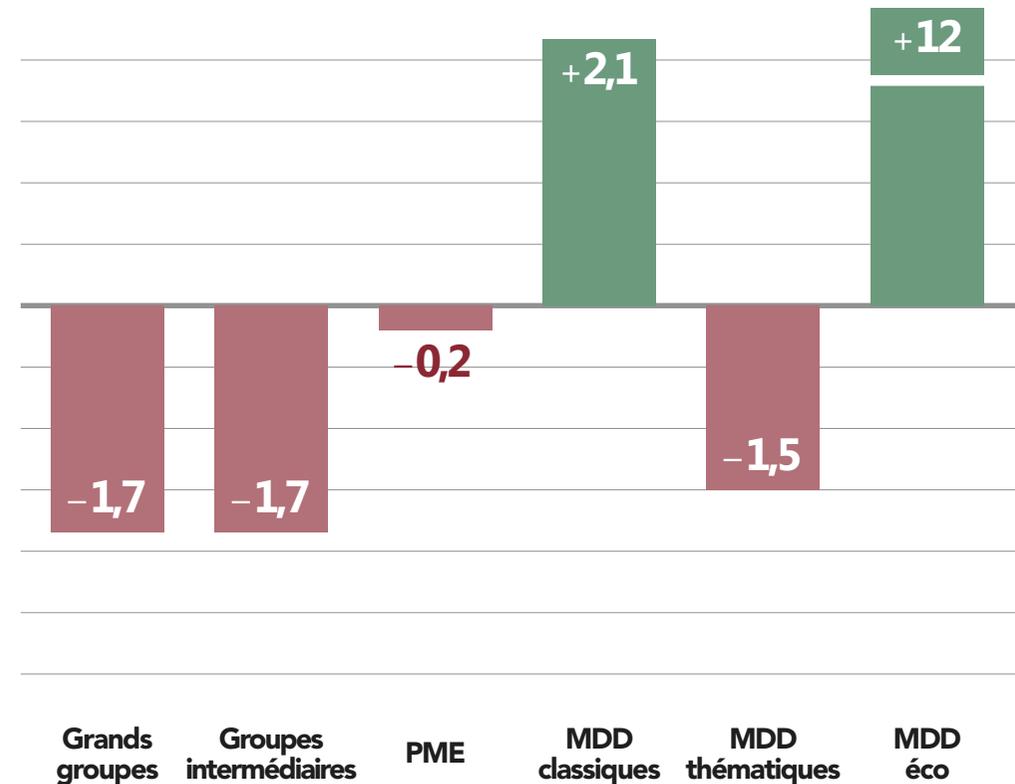
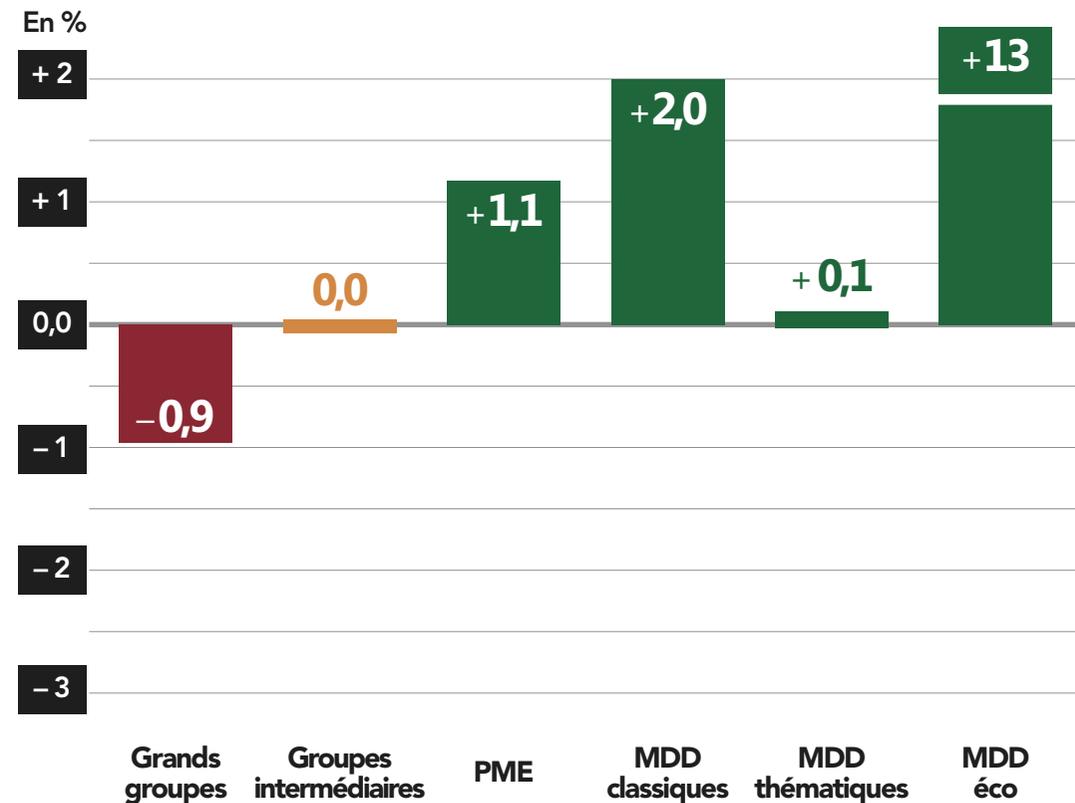
ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES



Evol. nombre d'EAN hebdo / mag – PGC FLS, HM SM, en %

JUIN 2024

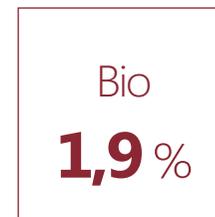
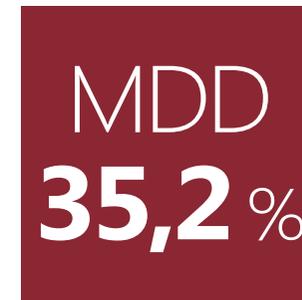
CUMUL JANVIER-JUIN 2024



PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P6 2024, en valeur. Parts de marché et évolution des ventes.



Évol
des ventes
(vs N-1)

-4,7 %

-0,4 %

-3,0 %

-0,9 %

+1,3 %

-1,9 %

+3,0 %

+8,4 %

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

➔ **LES ENSEIGNES**

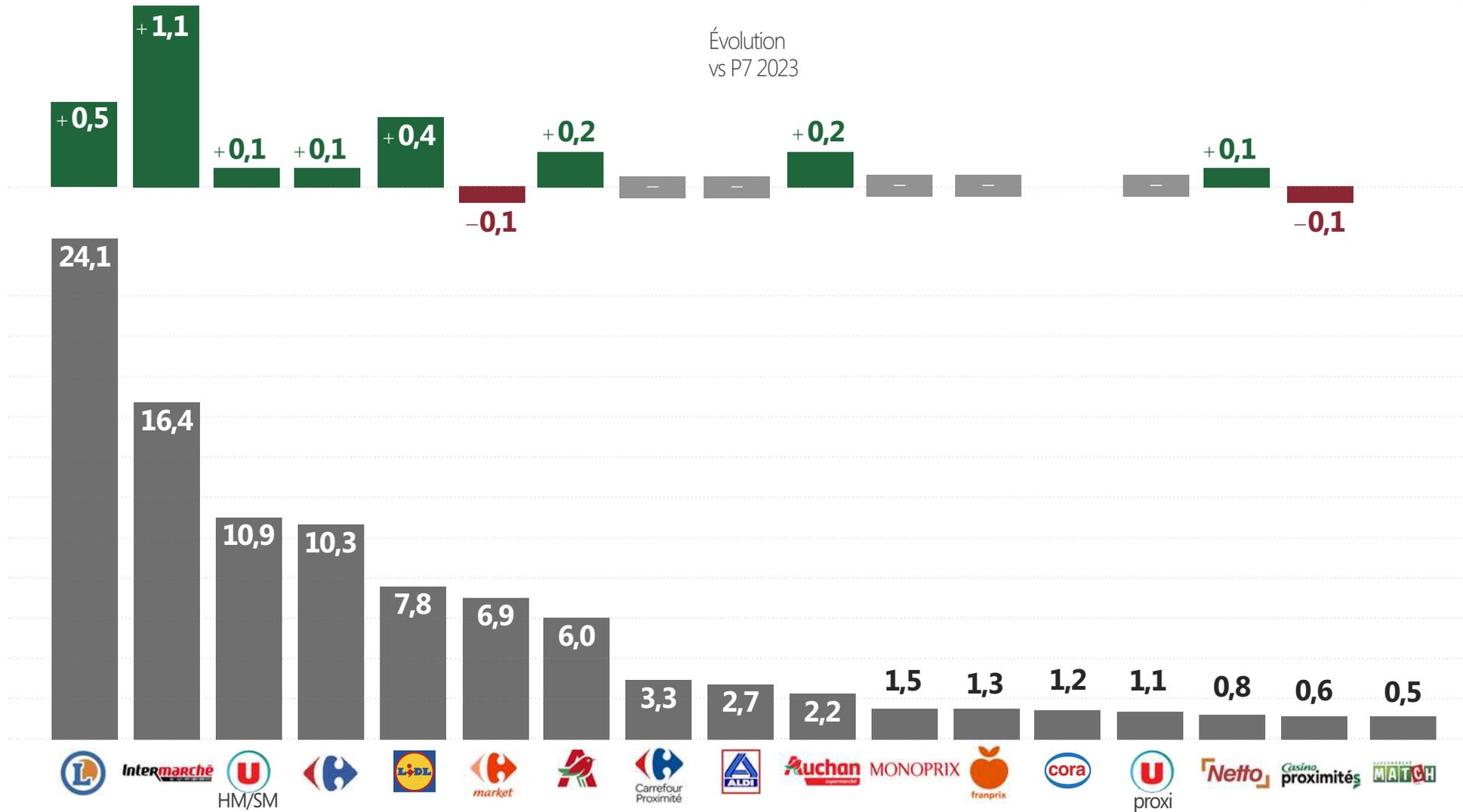
LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P7

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

KANTAR

Évolution
vs P7 2023

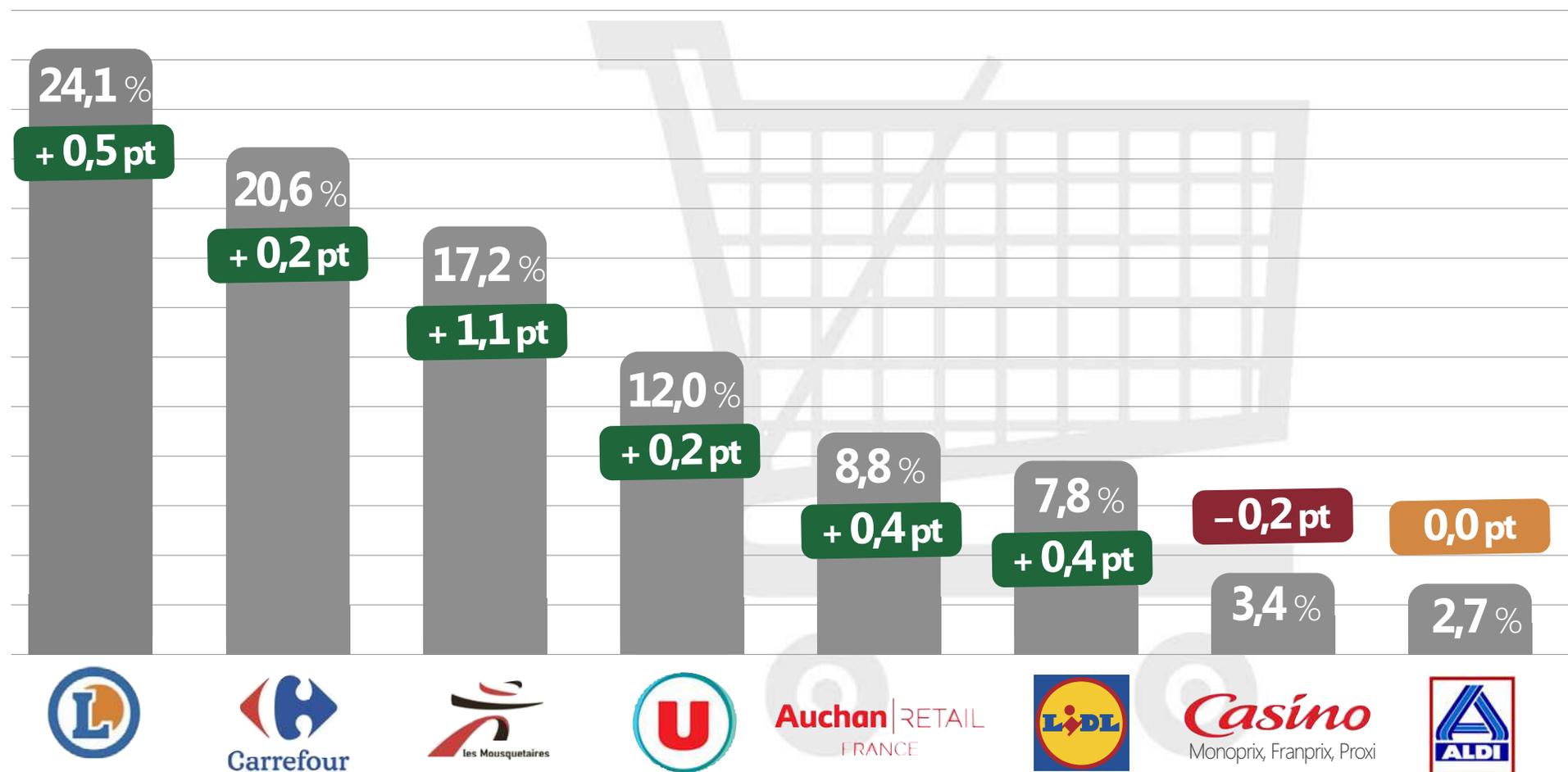


PARTS DE MARCHÉ VALEUR PAR GROUPE

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

KANTAR

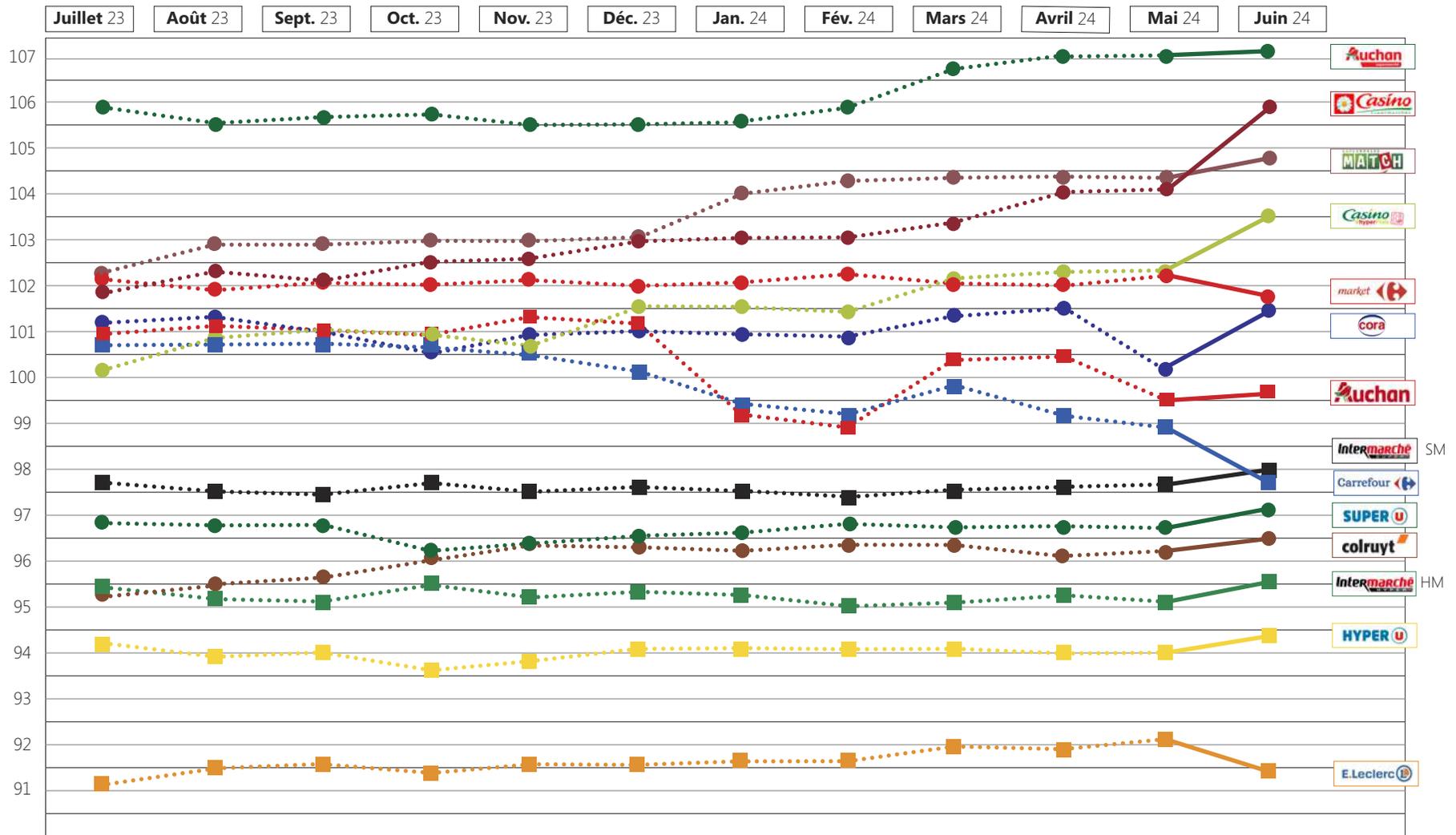
> **PGC Frais LS, P7** (Univers : HM, SM, EDMP, proximité, internet "généraliste", en %, évol vs N-1)



DISTRIPRIX JUILLET 2024

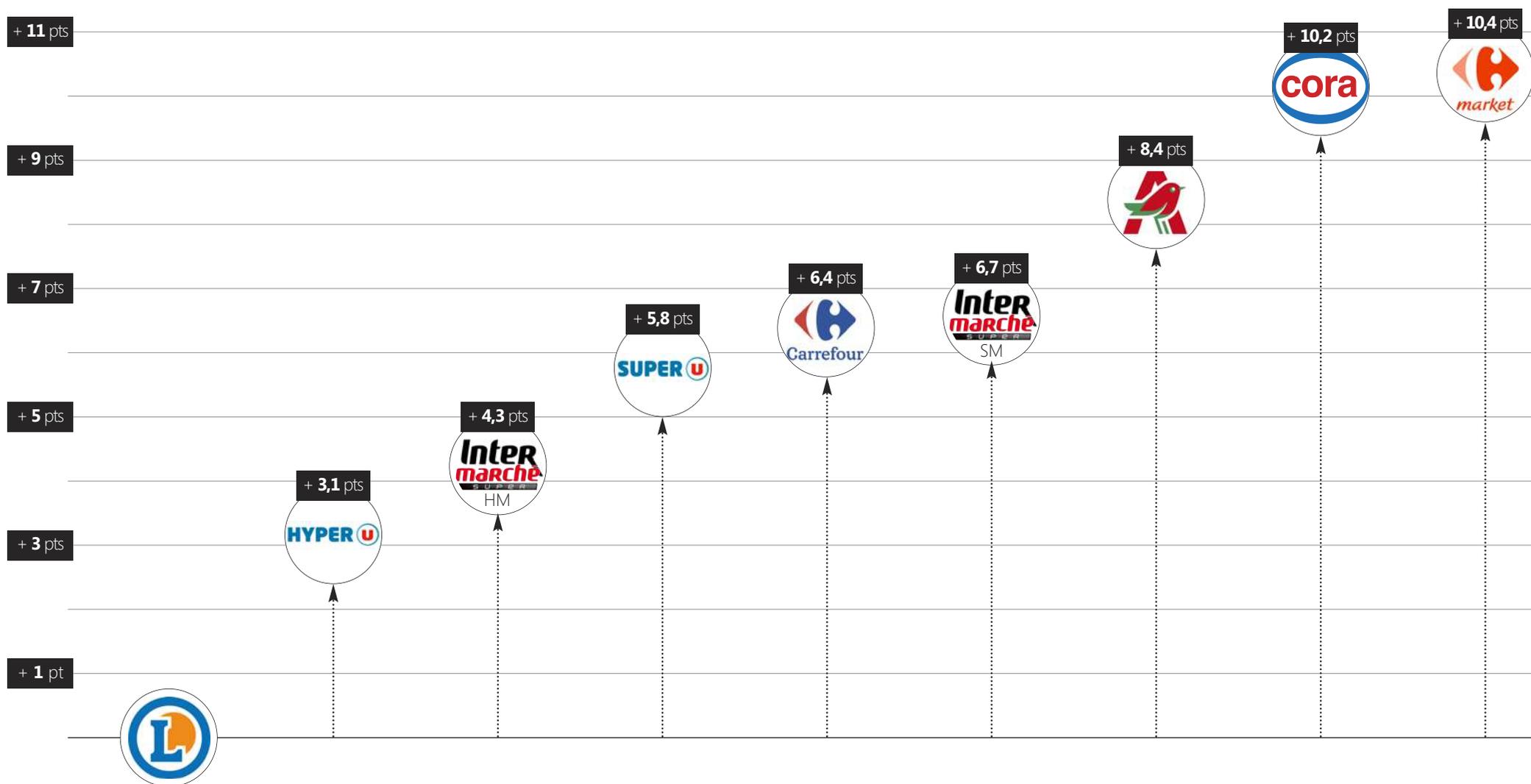
L'indice des prix drive hypers/supers

a3distrib
by NielsenIQ



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

a3distrib
by NielsenIQ





carapax

Spécialiste des abris en toile tendue

Tél. 33 (0)4 74 97 30 00

25 ans d'expérience à votre service.



Pour plus d'informations cliquez ici : www.abri-carapax.com



SAS CARAPAX France ZA de Charray 171 Route des Brosses 38510 VEZERONCE CURTIN

Fax : 33 (0)4 74 97 74 74 Mail : carapax@carapax.com

RCS de Vienne 409 906 039 (00022) APE 2511Z

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

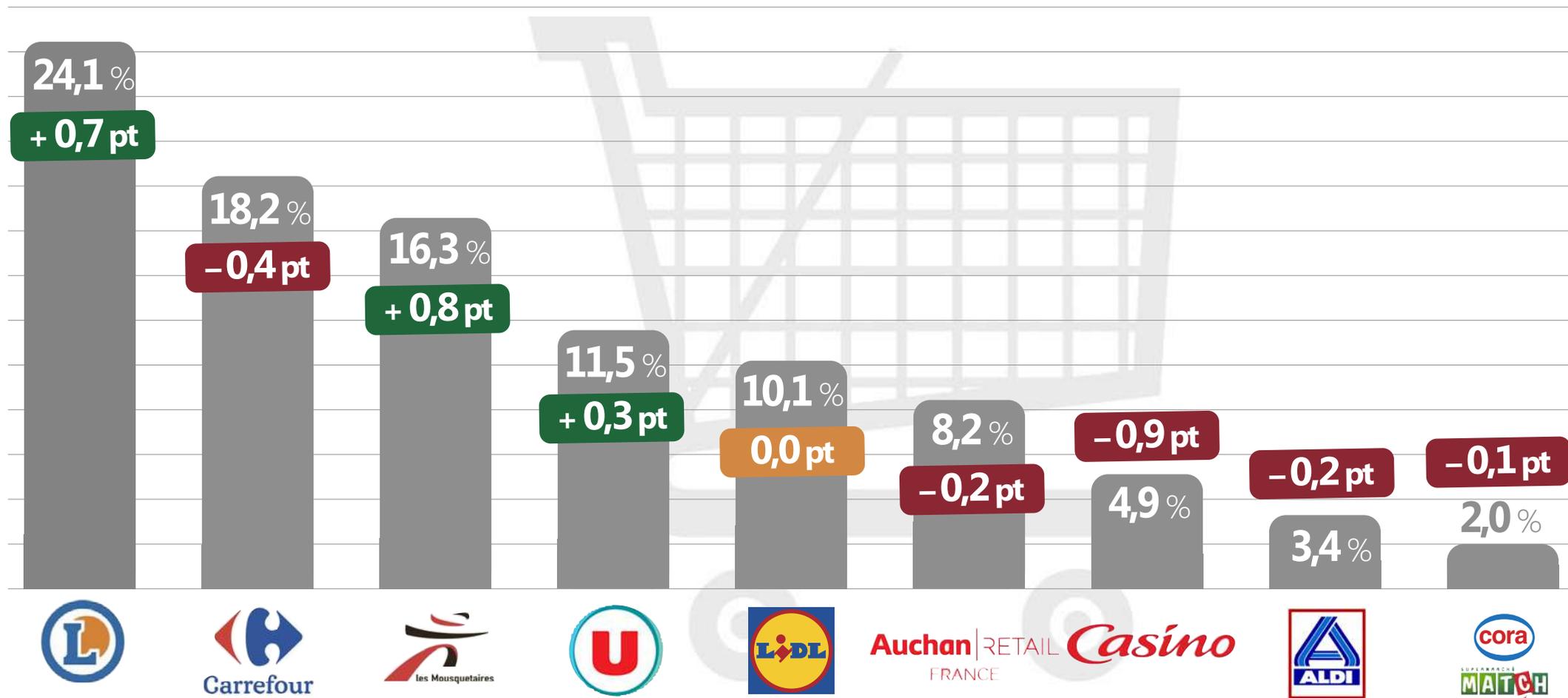
LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ **VOLUMES** (NB ARTICLES)

KANTAR

> **PGC Frais LS, de P1 à P6** (Univers : HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %)



LES CATÉGORIES LES PLUS DRIVE-PERMÉABLES



> Part de marché **VALEUR** e-commerce vs total HM/SM/E-comm CAM P4 2024

Moyenne toutes catégories → **8,8%**



23,8%

Viandes élaborées
fraîches



20,5%

Viandes surgelées



19,3%

Compotes appertisées



19,2%

Aliments bébé



19,1%

Poissons surgelés



18,1%

Légumes surgelés



17,6%

Sauces et herbes
surgelées



17,2%

Produits élaborés
de volaille



17,0%

Couches-culottes



16,3%

Panés frais



16,1%

Laits infantiles



15,9%

Barres céréalières

OÙ VONT LES CLIENTS DES CASINO RACHETÉS PAR AUCHAN ?



(Joko analyse les transactions bancaires anonymisées de 700 000 personnes, représentatives des 18-65 ans conformément aux données de l'Insee 2024)

LES DÉPENSES DES CLIENTS CASINO

AVANT RACHAT PAR AUCHAN

Mars 2023 - Février 2024

APRÈS RACHAT PAR AUCHAN

Mi-mai - Juin 2024



OÙ VONT LES CLIENTS DES CASINO RACHETÉS PAR INTERMARCHÉ ?



(Joko analyse les transactions bancaires anonymisées de 700 000 personnes, représentatives des 18-65 ans conformément aux données de l'Insee 2024)

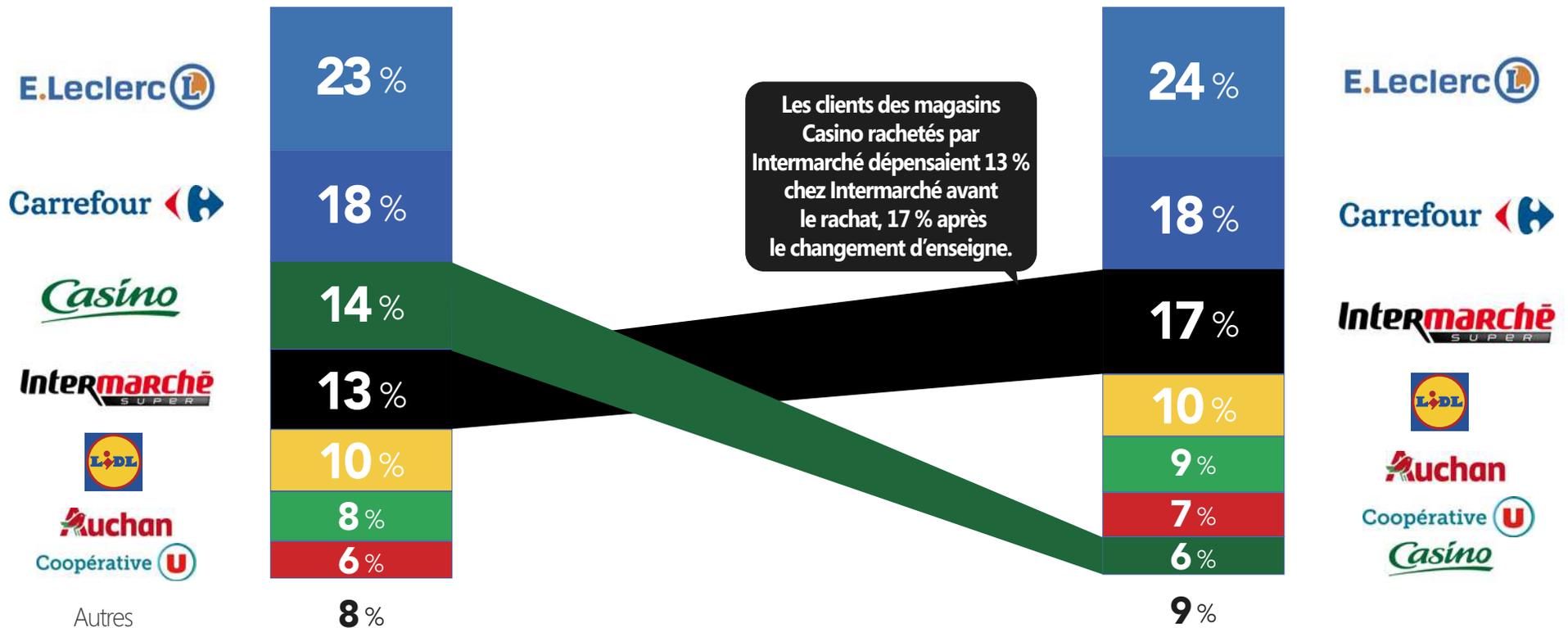
LES DÉPENSES DES CLIENTS CASINO

AVANT RACHAT PAR INTERMARCHÉ

Mars 2023 - Février 2024

APRÈS RACHAT PAR INTERMARCHÉ

Mi-mai - Juin 2024



OÙ VONT LES CLIENTS DES **CASINO RACHETÉS PAR CARREFOUR ?**



(Joko analyse les transactions bancaires anonymisées de 700 000 personnes, représentatives des 18-65 ans conformément aux données de l'Insee 2024)

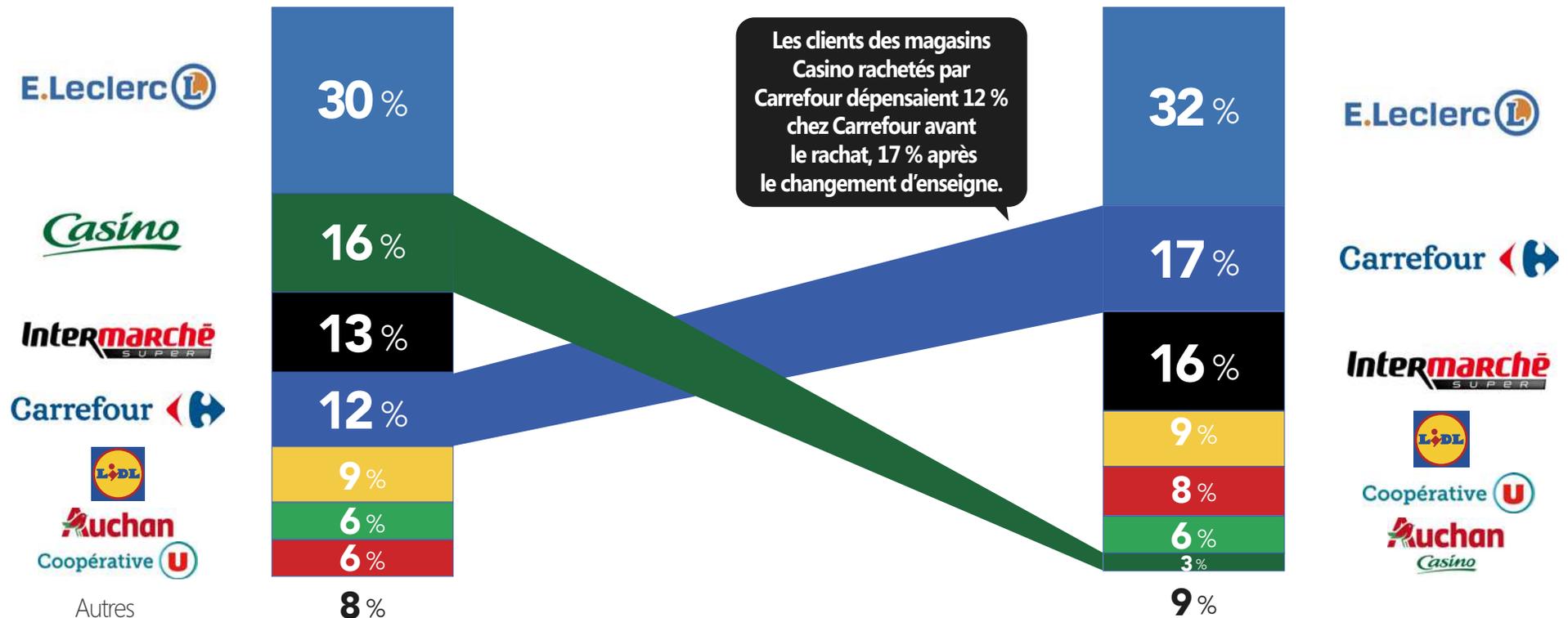
LES DÉPENSES DES CLIENTS CASINO

AVANT RACHAT PAR CARREFOUR

Mars 2023 - Février 2024

APRÈS RACHAT PAR CARREFOUR

Mi-mai - Juin 2024



LES MARQUES STARS DES PROSPECTUS

T2 2024, tous circuits

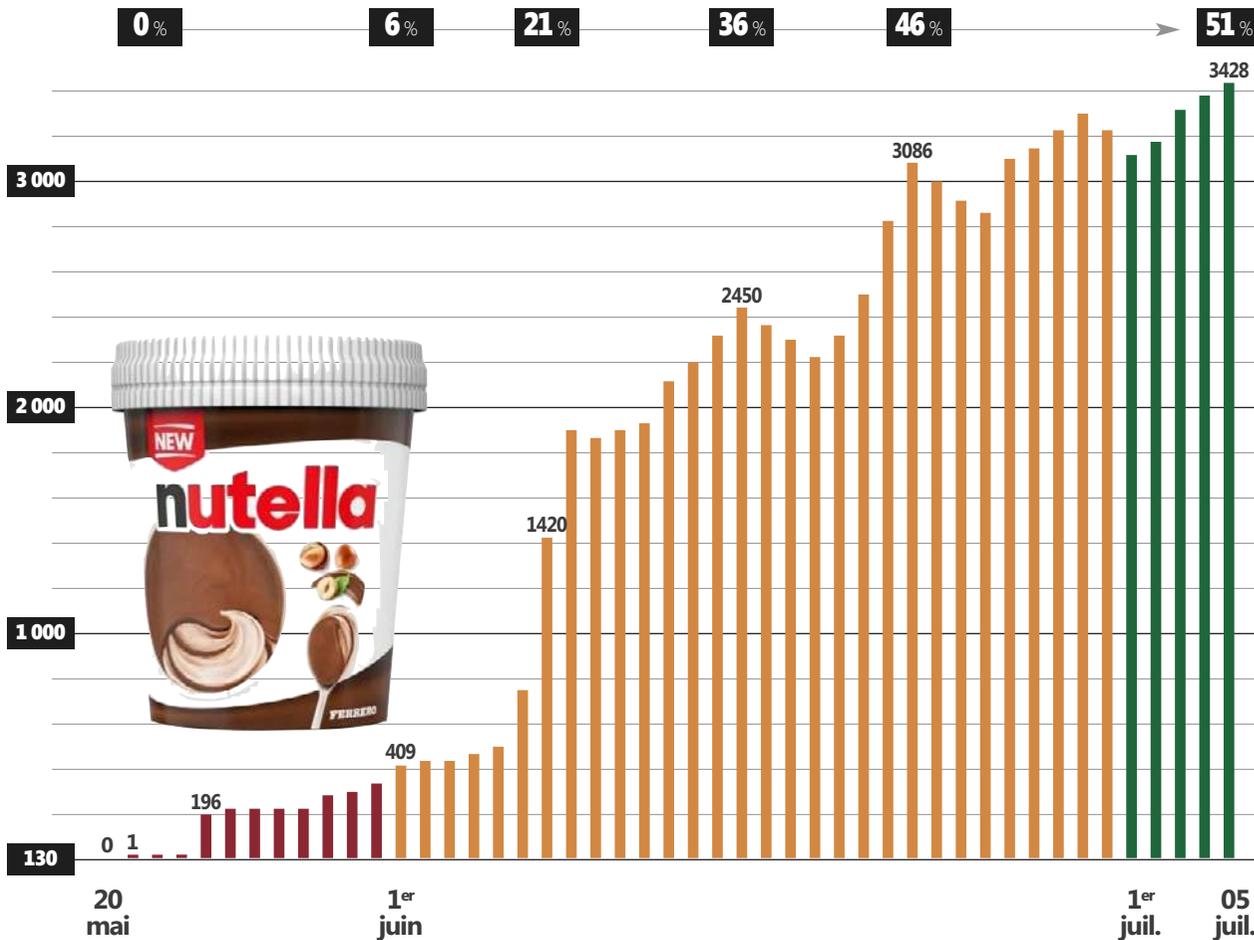
a3distrib
by NielsenIQ

Classement sur la part de voix

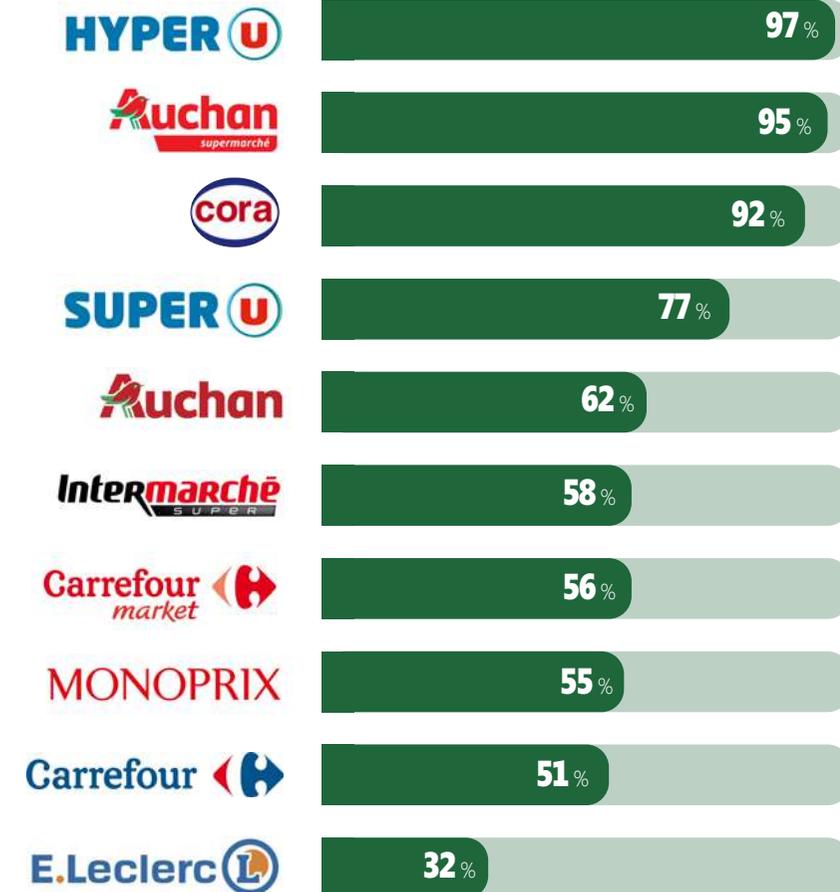
FRAIS LS	ÉPI SUCRÉE	ÉPI SALÉE	LIQUIDES	HYGIÈNE B.	DROGUERIE
La top marque					
Marques 2 à 5					

GLACE NUTELLA : LA MONTÉE EN DIFFUSION

> **DN** (nombre et % de pdv drive proposant le produit)



> **DN par enseigne** (le 5 juillet)



APRÈS LA SHRINKFLATION, LA STRETCHFLATION : L'EXEMPLE BELIN

AVANT

MONACO

APRÈS



+ 10%



Prix courant
France

1,00 €

+ 29%

1,29 €

AVANT

SNACKY

APRÈS



+ 10%



Prix courant
France

0,80 €

+ 28%

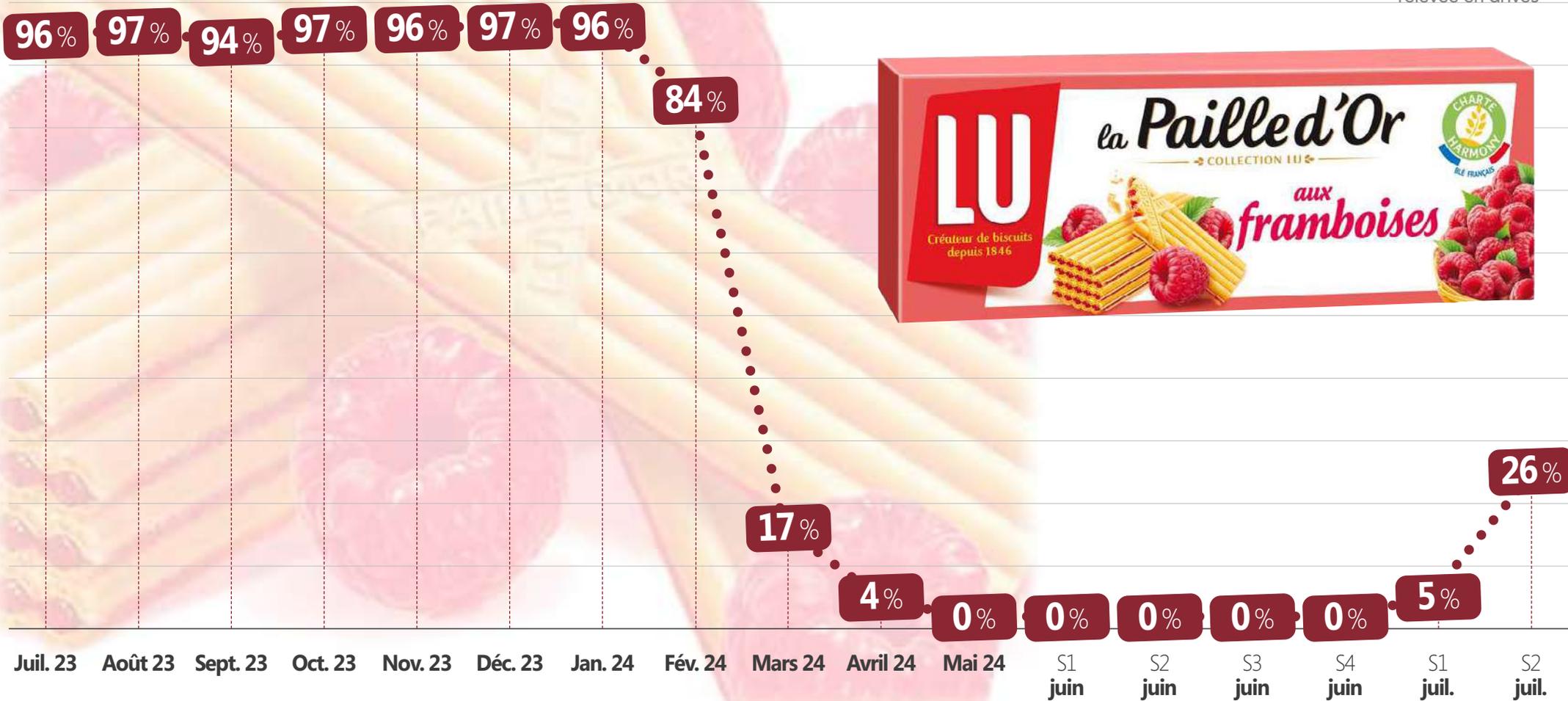
1,02 €

LU CHEZ LECLERC : LA REMONTADA (L'EXEMPLE PAILLE D'OR)

a3distrib
by NielsenIQ

Gencod : 7622210422163, relevé en drives

relevée en drives



OFFRE ET PART DE MARCHÉ : L'EFFET NUTRISCORE



Étude sur 29 catégories proposant des références sur l'ensemble des lettres du Nutriscore, de A à E (affiché ou non sur les emballages). Hypers et supers, de janvier à mai 2024, évol vs 2023

Évolution de la
PART D'OFFRE
vs 2023



Évolution de la
PART DE MARCHÉ
vs 2023



Votre contact

Stéphane JACOB

33 (0) 6 18 58 84 67

stephane@bboldconsulting.fr



ANABASE
Couveuse d'entreprises

Activité hébergée par la Couveuse Anabase
Couveuse ANABASE - 180 Rue Judaïque - 33000 BORDEAUX
Tel : 05.56.43.11.86 Siret: 514 548 957 00034 - TVA Intra /
FR38514548957



Bbold
BUSINESS & PEOPLE DEVELOPMENT

Qui sommes-nous ?

Cabinet de conseil en Stratégie Commerciale et Formation en Management

Notre Proposition :

Apporter du conseil pragmatique, une méthode et des outils basés sur 15 années d'expérience en direction générale et direction commerciale au service d'entreprises internationales (Pepsico, Smurfit Kappa, HL Display).

Notre Approche :

- Une conduite de projet en 5 étapes (cadrage, processus, diagnostic, analyse, recommandations)
- Une méthodologie spécifique à chaque sujet traité
- Des outils mis à disposition
- Des points d'étape avec des livrables quantifiables

STRATÉGIE COMMERCIALE

BUSINESS STRATEGY

- Environnement
- Diagnostic
- Ambition
- Offre
- Business Plan

ROUTE-TO-MARKET

- Cible client
- Proposition de Valeur
- Canaux de distribution
- Ressources
- Structure de coûts et de revenus

MANAGEMENT

FORMATION MANAGEMENT

- Définition et Rôle du Manager
- Styles de Management
- Communication efficace
- Conduite du changement
- Intelligence collective
- Mentoring / Coaching / Formation des équipes

BOITE À OUTILS RH

- Recrutement
- Formation
- Fiches de poste
- Évaluation de la performance
- Gestion des Talents
- Tableaux de bord

Business & People Development

éditions
DAUVERS

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