

éditions
DAUVERS

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Octobre 2024

➔ **LE MARCHÉ**

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

éditions
DAUVERS

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 ;-)

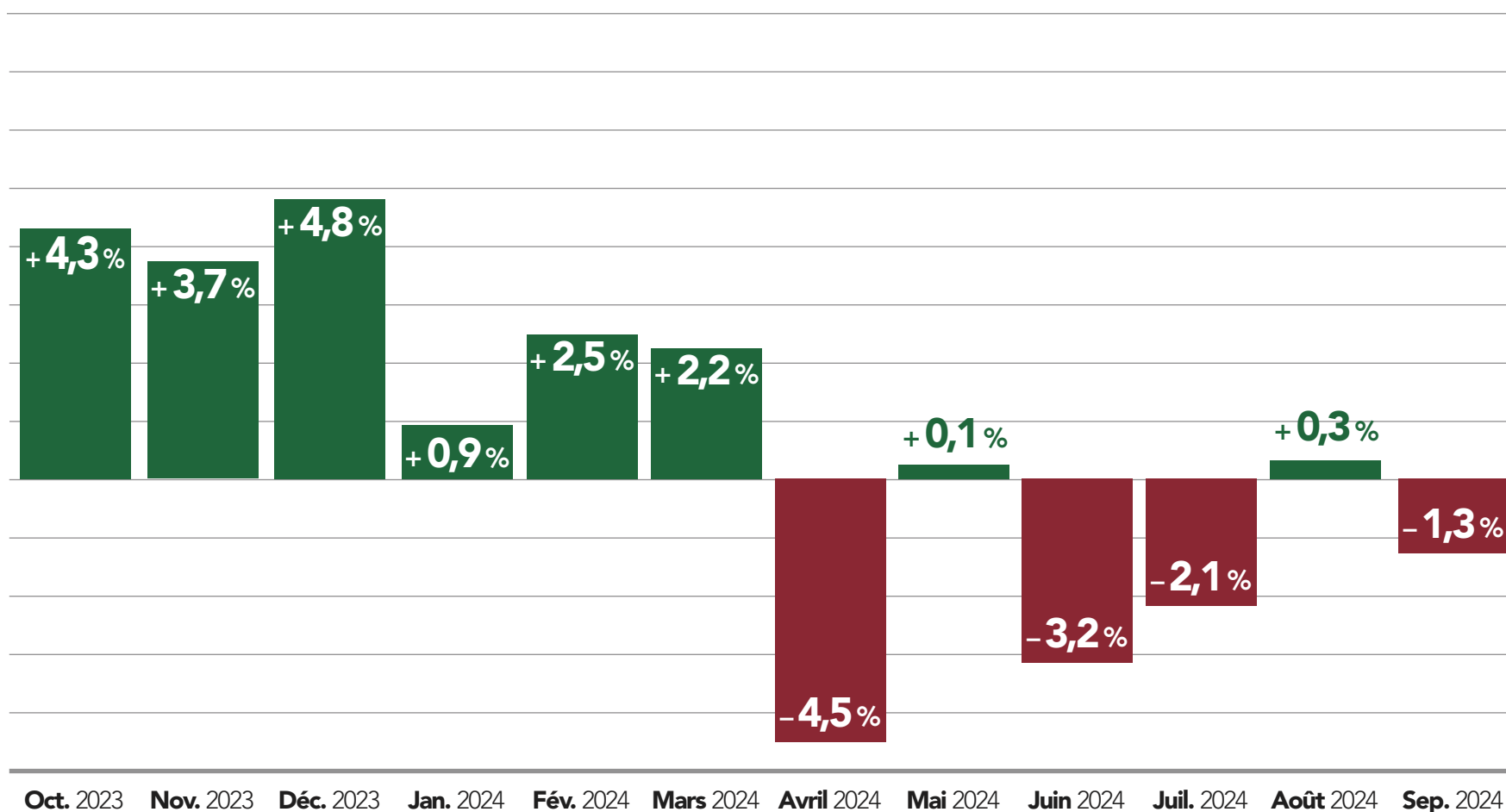
VIGIE GRANDE CONSO



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

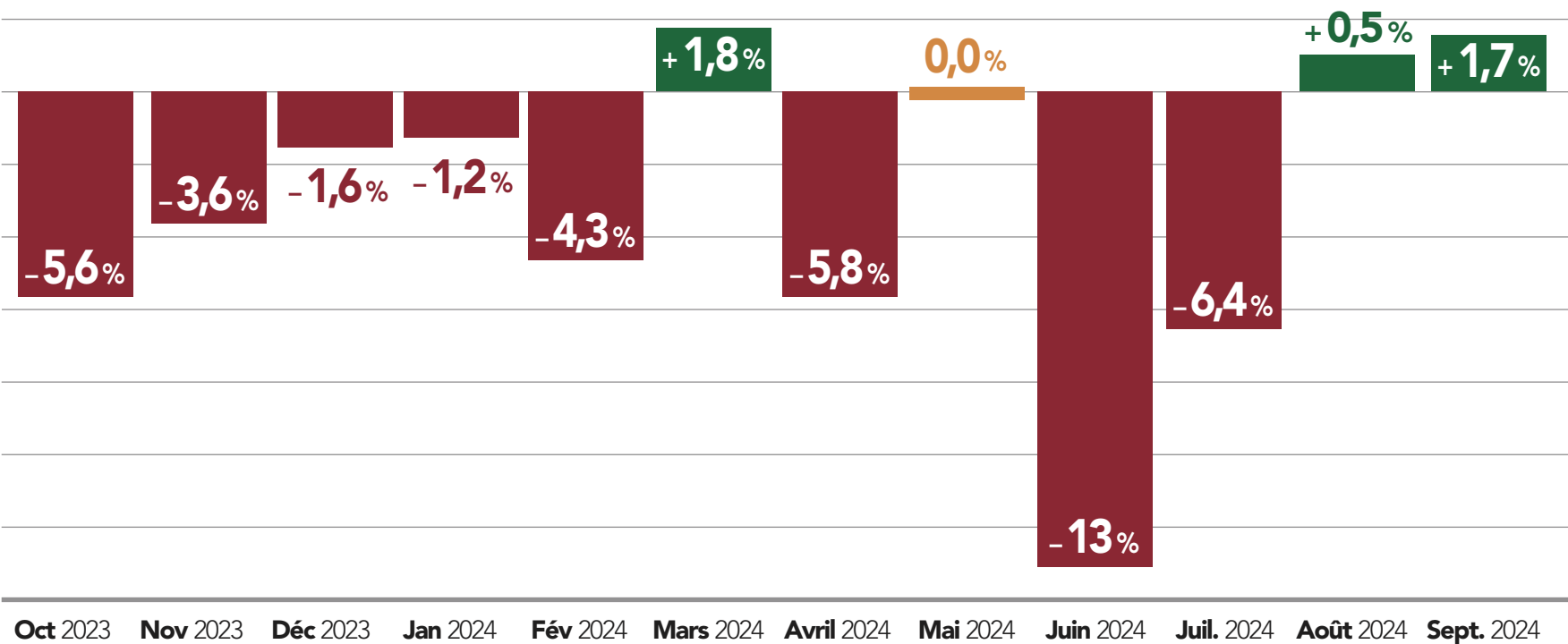
-0,4%

ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



MAISON		-4,6%
JARDIN ANIMALERIE		-1,9%
SPORTS LOISIRS, JEUX		-12%
CULTURE		+0,4%
TEXTILE		+7,1%



dont

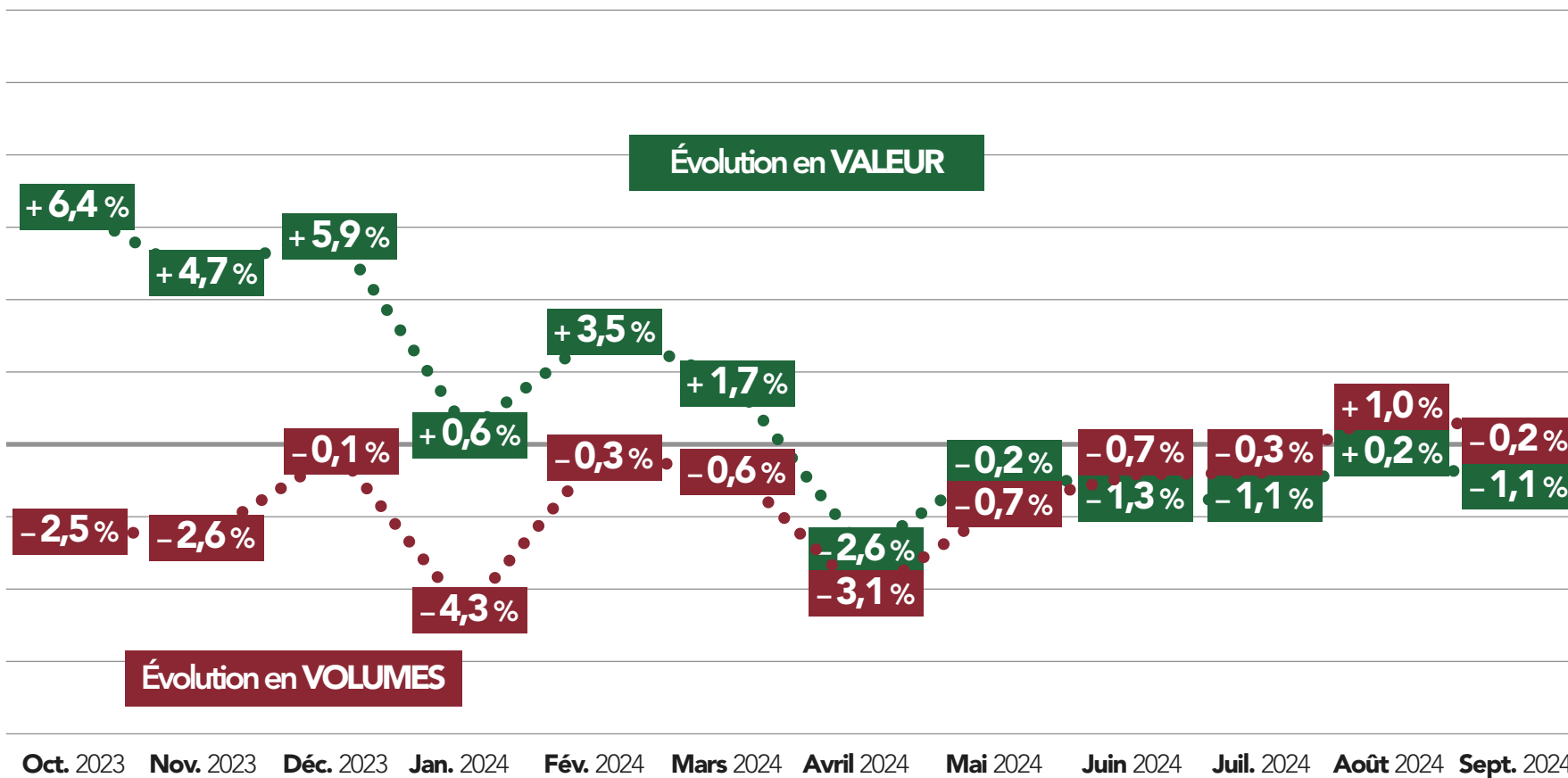
CUMUL 2024

en valeur

-3,1%

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2024

en valeur

0,0%

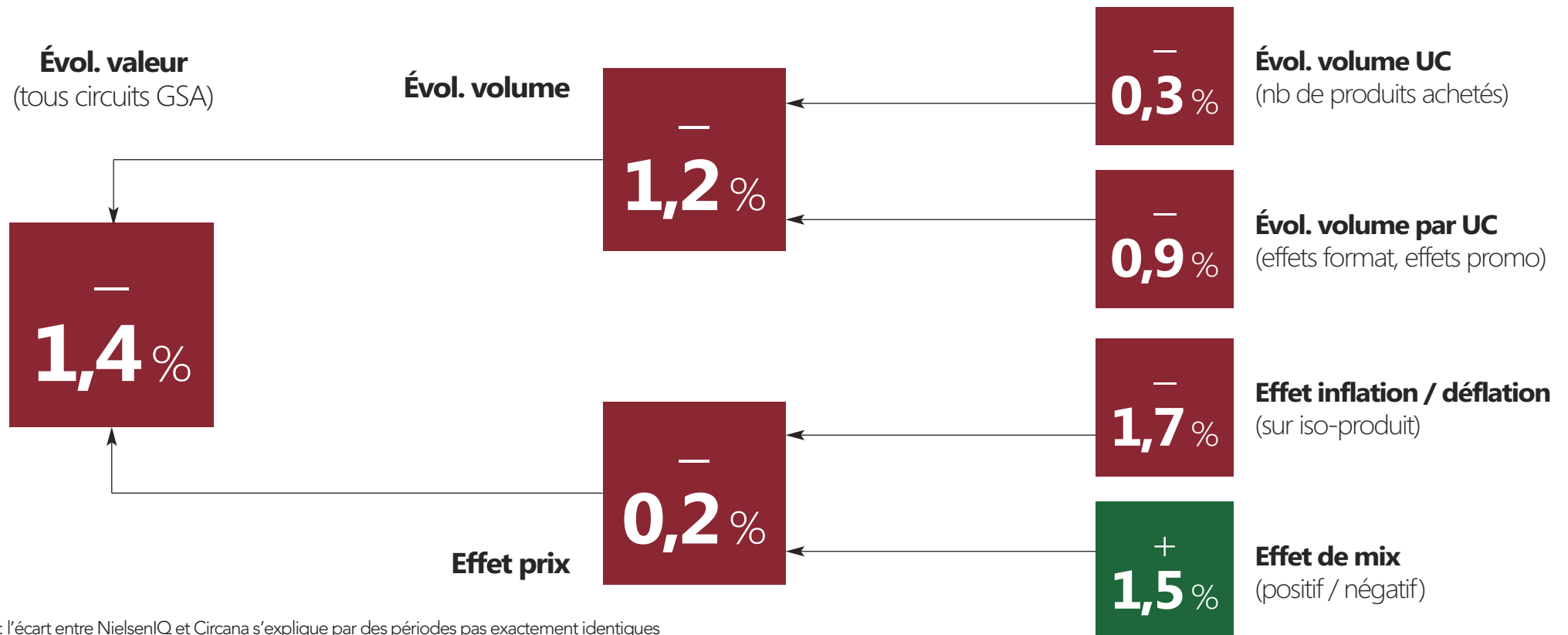
en volumes

-0,9%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

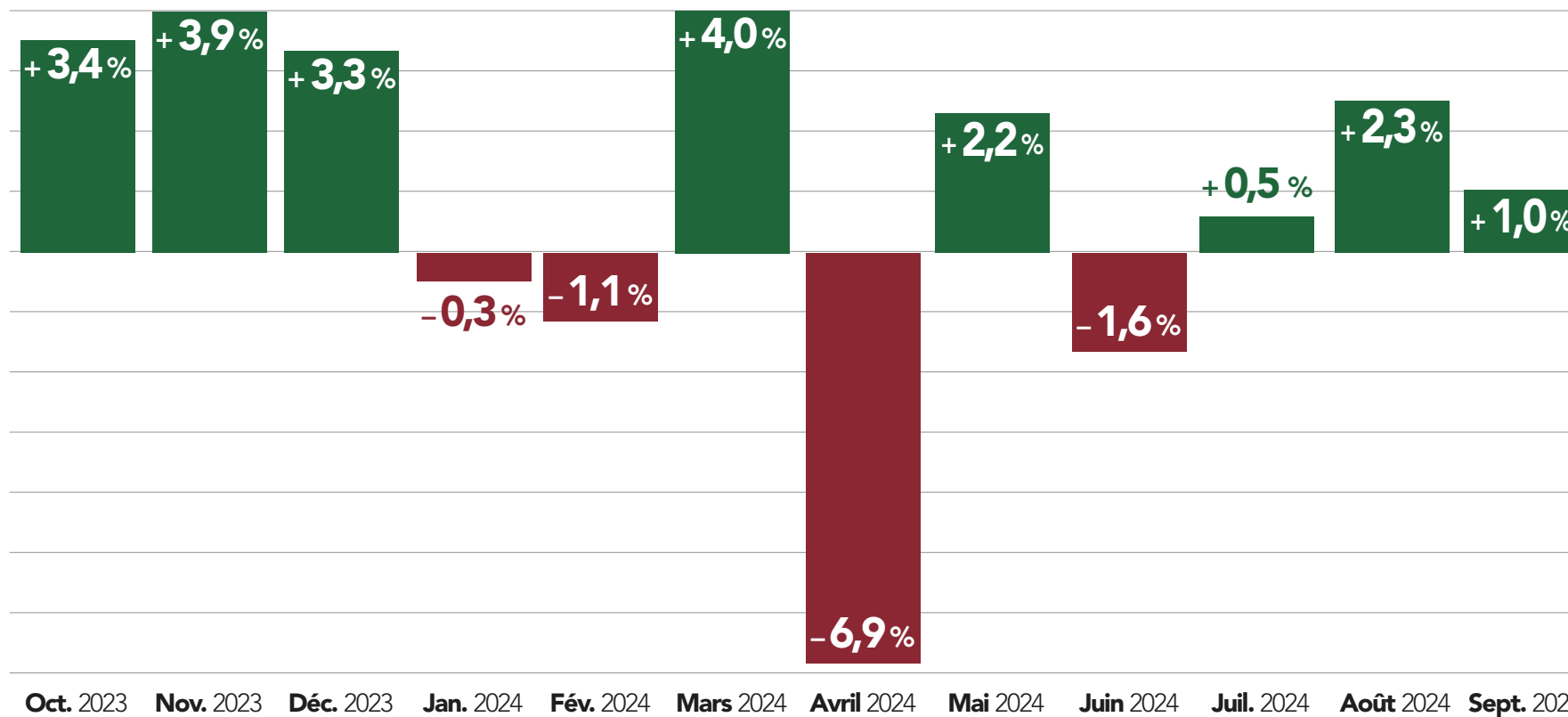
P9 2024, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

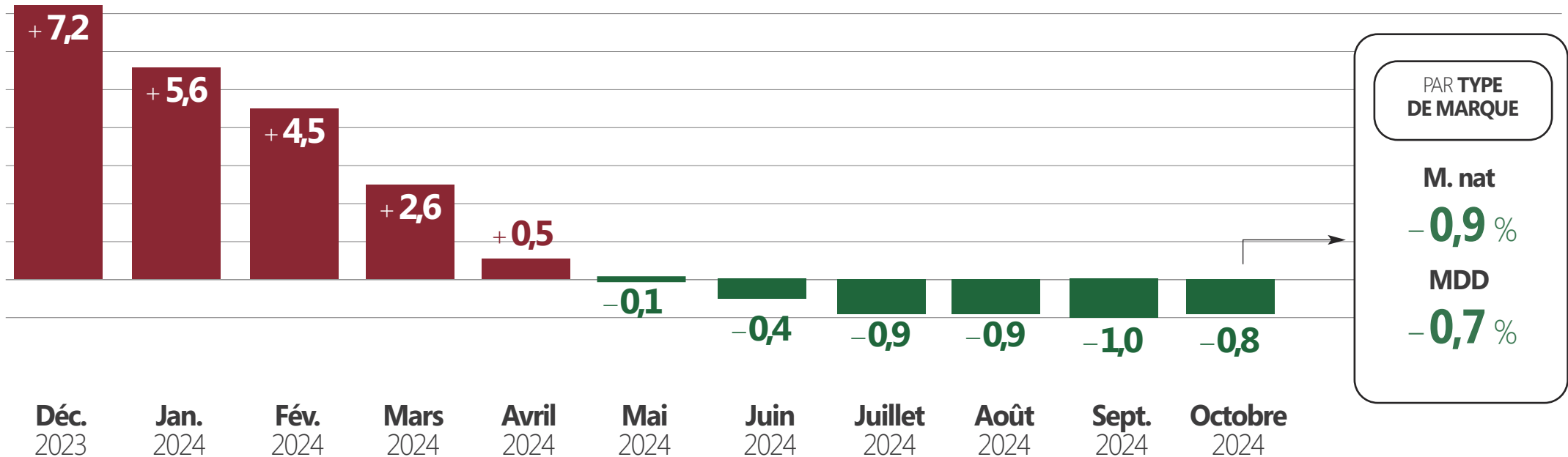
en valeur

+ 0,1 %

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



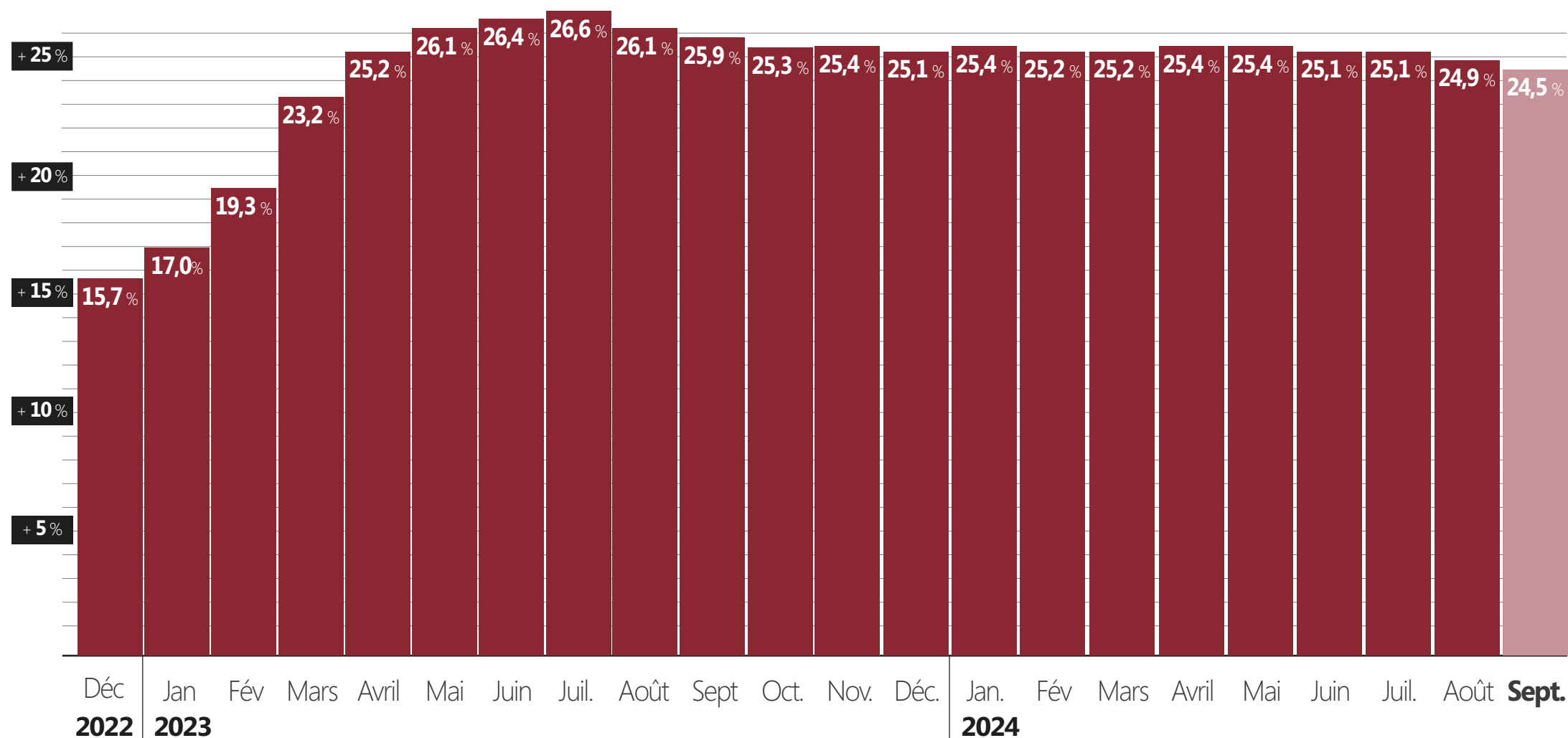
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

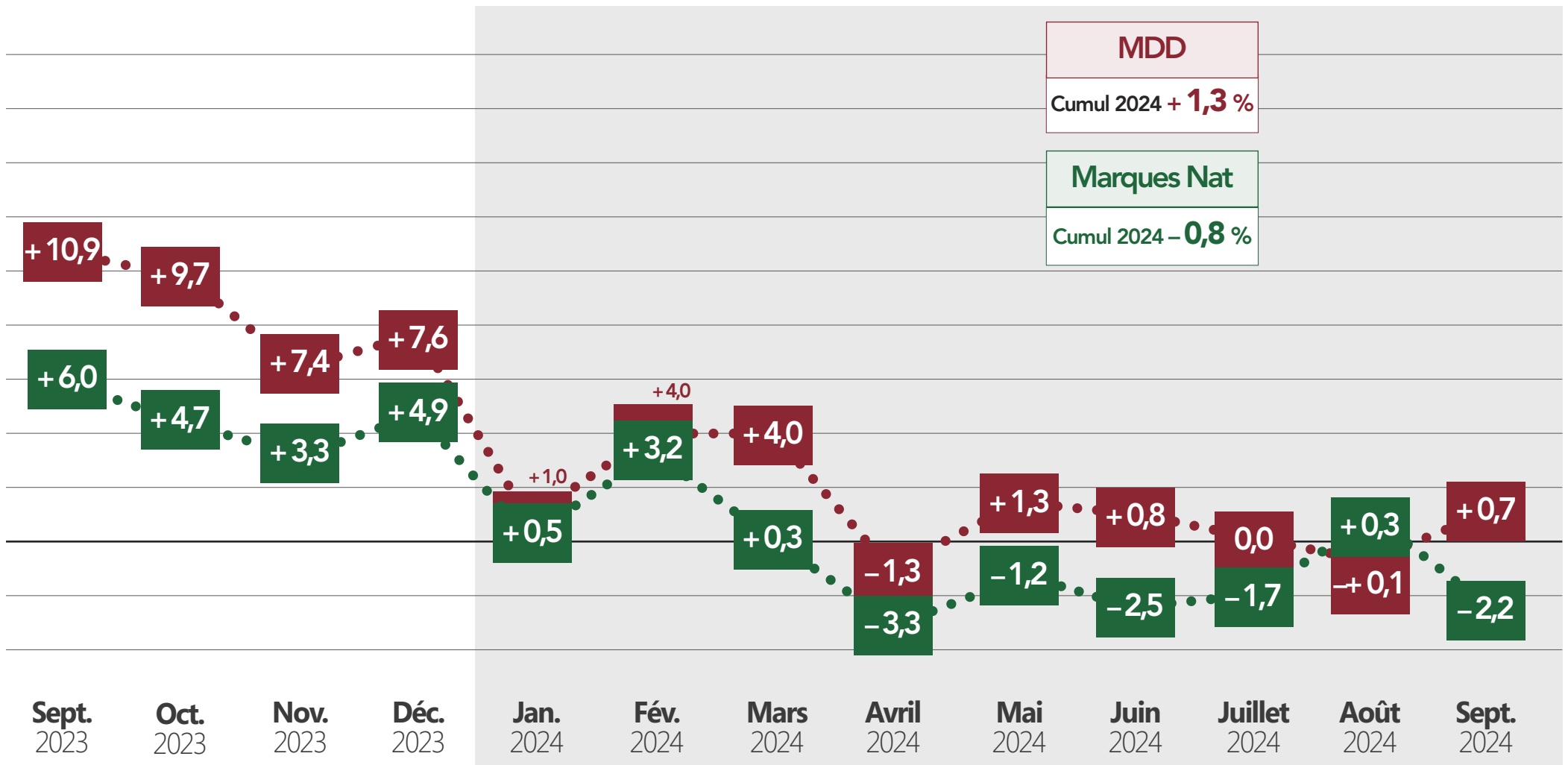
a3distrib
by NielsenIQ

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



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

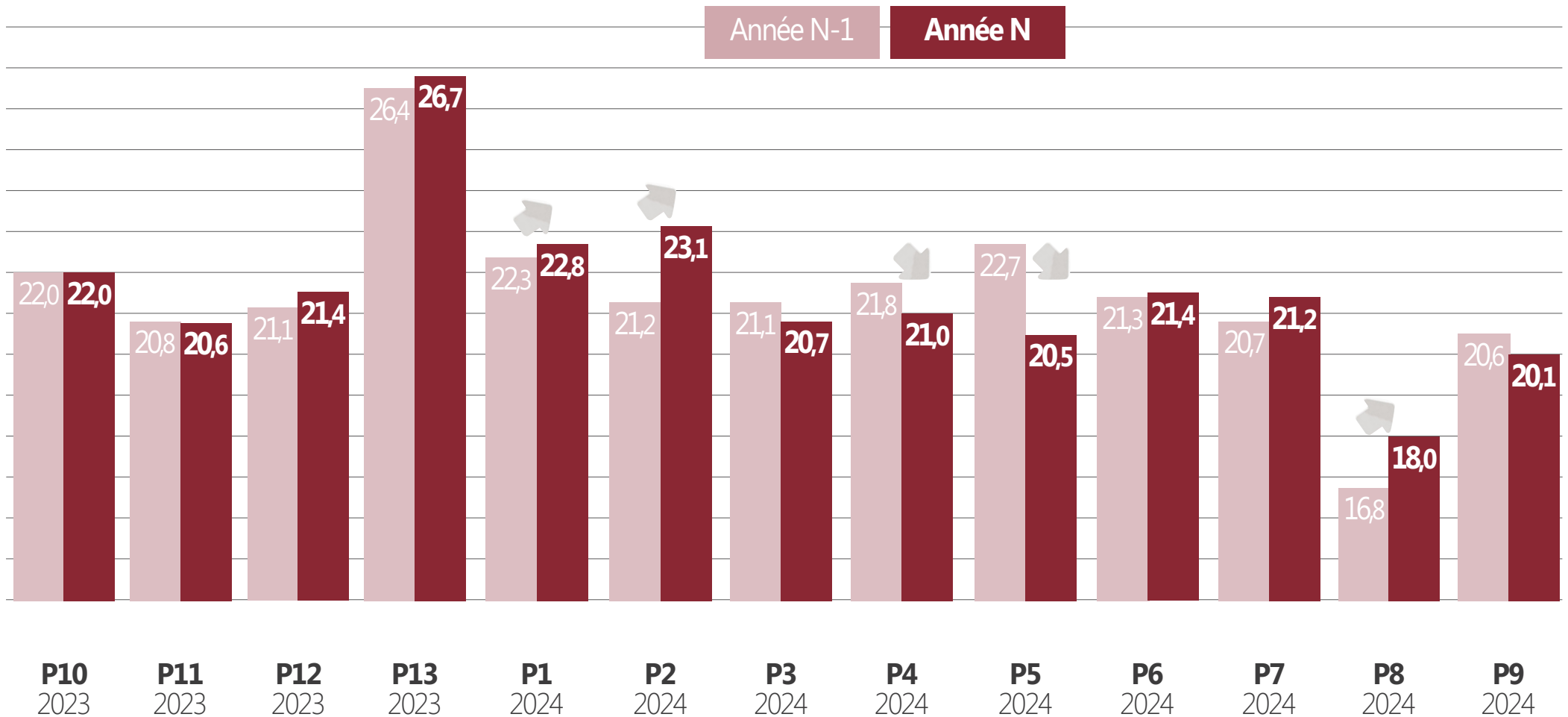
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

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



BUY TBWA

présente

LE CLASSEMENT DES 80 DISTRIBUTEURS FRANÇAIS AYANT LE PLUS FORT POTENTIEL DE CONQUÊTE.

CONQUEST 2025 c'est l'étude qui scanne les raisons de non-visite des principales enseignes de la distribution en allant interroger ceux qui n'y vont pas alors qu'ils ont acheté dans la catégorie dans les derniers mois et ont un magasin de l'enseigne à proximité.

CONQUEST[®] 2025



“opinionway

+8000
INTERVIEWS

82
ENSEIGNES

12
CATÉGORIES

TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P9 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

- 5,2 %

+ 0,2 %

- 0,6 %

- 5,4 %

+ 0,6 %

+ 2,6 %

- 3,3 %

+ 3,6 %

+ 31 %

% des ventes

16,3 %

20,7 %

37,0 %

21,2 %

11,3 %

32,5 %

6,9 %

3,2 %

10,1 %

12,0 %

7,4 %

1,0 %

8,4 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAD P9 2024

NielsenIQ

% 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

- **3,1** %

+ **1,6** %

+ **1,2** %

- **3,0** %

+ **2,7** %

+ **2,2** %

+ **0,3** %

+ **7,5** %

+ **16** %

Évol
du CA

16,4 %

20,0 %

36,4 %

20,8 %

11,6 %

32,4 %

7,1 %

2,9 %

10,0 %

12,4 %

7,9 %

0,9 %

8,9 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P9 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

- 3,3 %

+ 1,3 %



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+ 0,8 %

- 4,3 %



Urbaine

Rurale

+ 1,0 %

+ 3,4 %



SDMP
(Discount)

- 2,8 %



Drive

LAD

+ 5,1 %

+ 52 %

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAD P9 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-3,7%

+0,7%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+1,4%

-2,8%



Urbaine

Rurale

+2,1%

+1,9%



SDMP
(Discount)

+0,3%



Drive

LAD

+6,2%

+20%

Évol
des
volumes

bonial

05/12/2024

 day

2024

PARIS

L'ÉVÉNEMENT ANNUEL DES PROFESSIONNELS DU COMMERCE ET DE LA COMMUNICATION

Avec entre-autre



Thierry Cotillard

Président du Groupement,
Les Mousquetaires



Jean-Marc Jancovici

Associé Carbone 4
Président The Shift Project



Michel-Edouard Leclerc

Président du comité
stratégique, E.Leclerc

DEMANDEZ VOTRE PASS

Place limitées

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

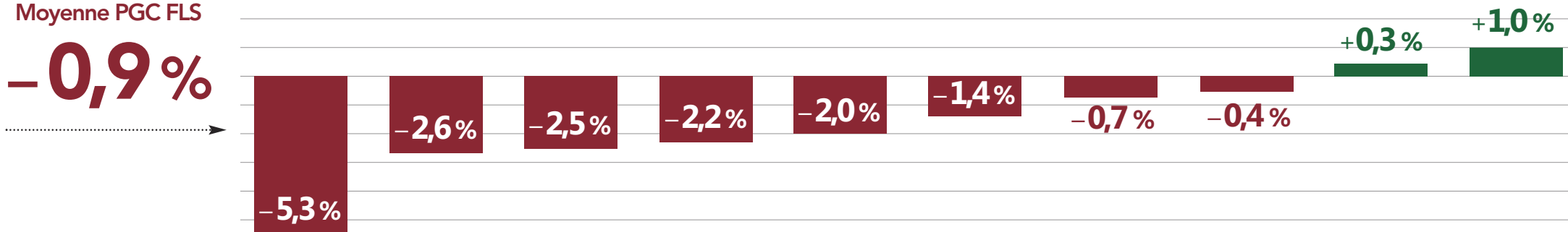
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

Cumul annuel mobile à fin septembre vs N-1, tous



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

Moyenne PGC FLS
-0,9%



L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



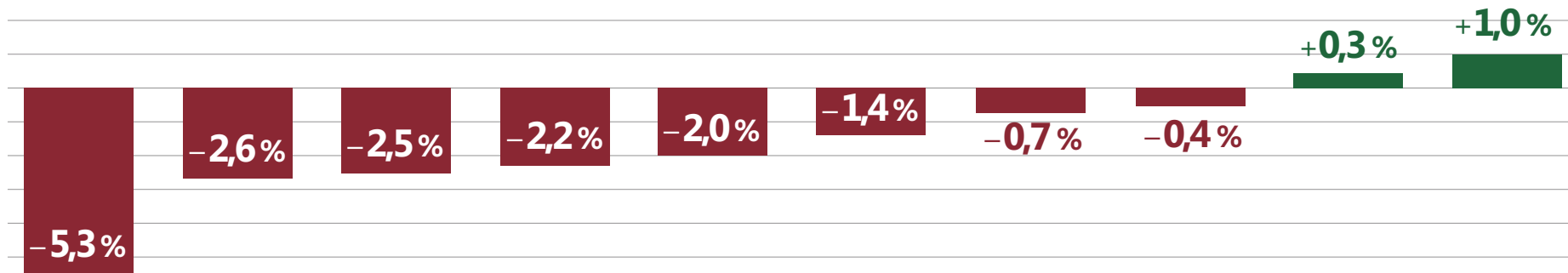
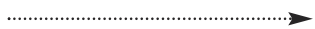
Cumul annuel mobile à fin septembre vs N-1, tous



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

Moyenne PGC FLS

-0,9%



Évol CA

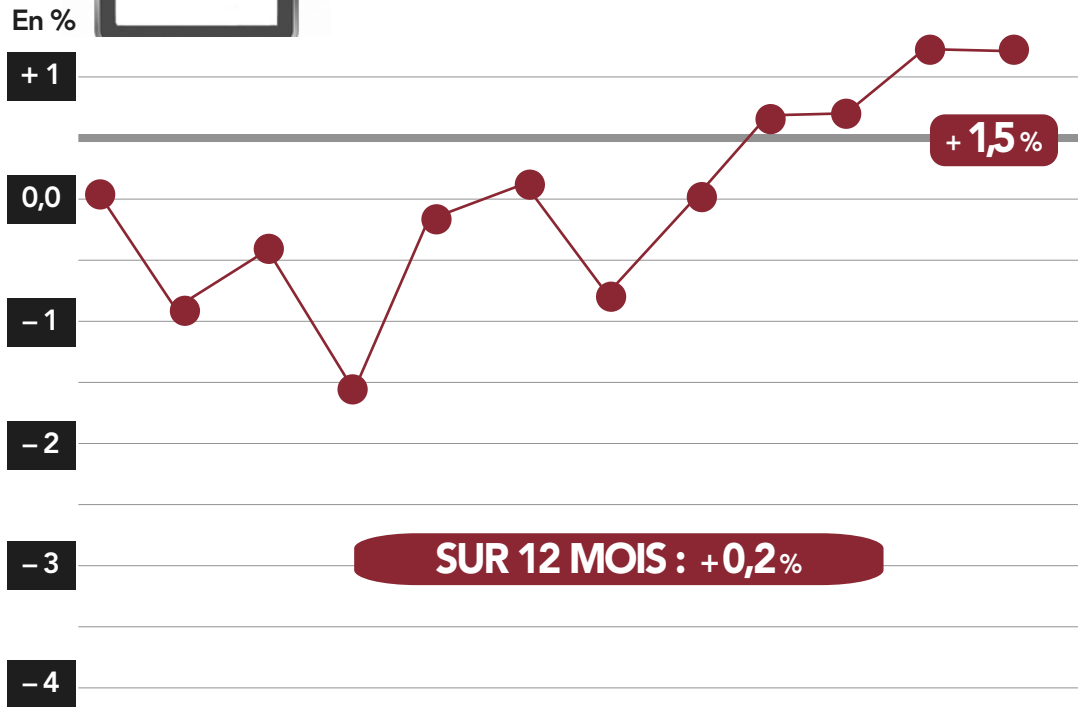


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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



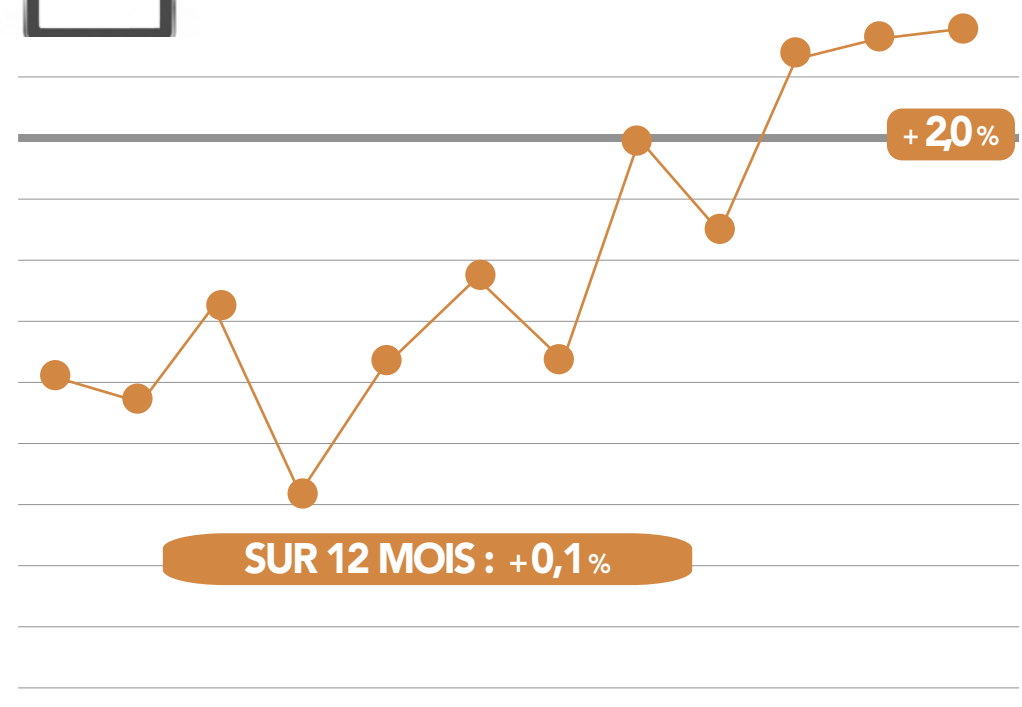
HYPERS



Oct. 2023, Nov. 2023, Déc. 2023, Jan. 2024, Fév. 2024, Mars 2024, Avr. 2024, Mai 2024, Juin 2024, Juil. 2024, Août 2024, Sept. 2024



SUPERS



Oct. 2023, Nov. 2023, Déc. 2023, Jan. 2024, Fév. 2024, Mars 2024, Avr. 2024, Mai 2024, Juin 2024, Juil. 2024, Août 2024, Sept. 2024

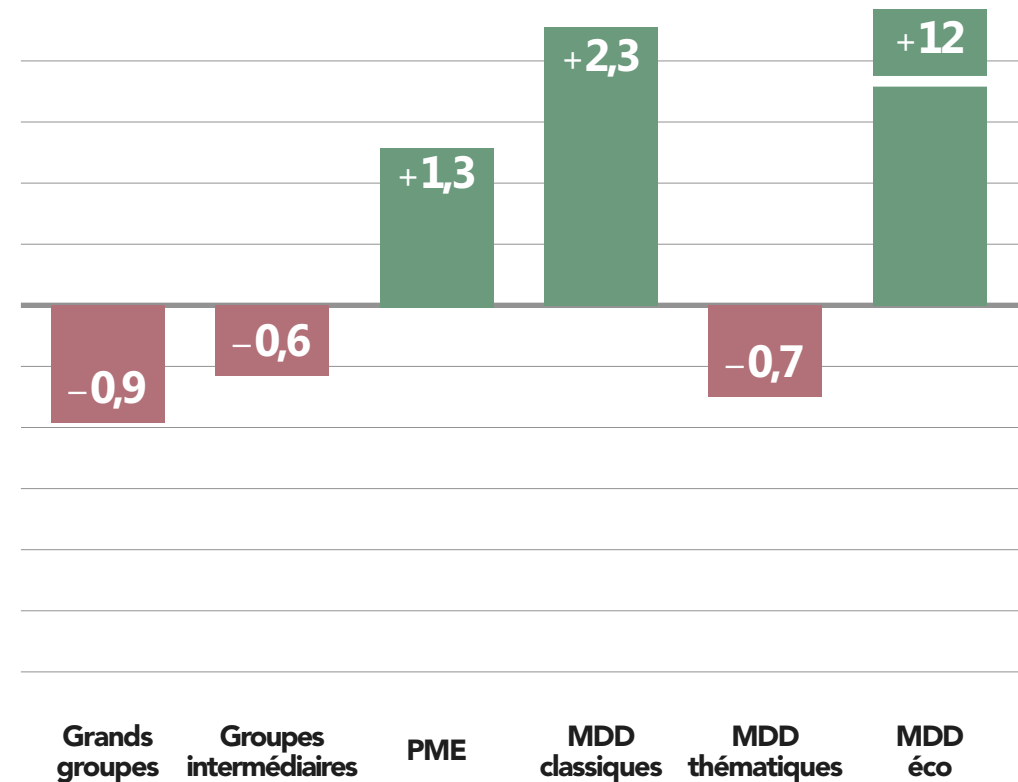
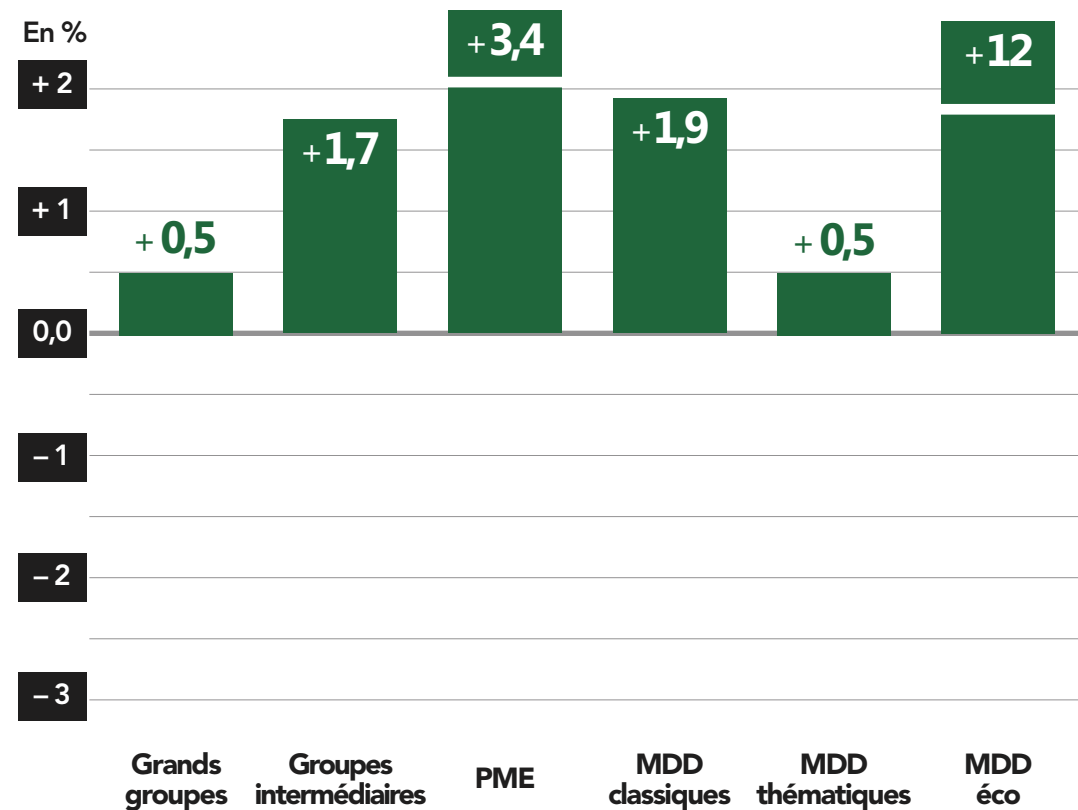
ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES



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

SEPT. 2024

CUMUL JANVIER-SEPT. 2024



WinMinute

▶▶▶▶ Les communautés au service de votre performance ◀◀◀◀



WinMinuteConso

Crowdsourcing

- Store-checks - Visites mystère - Etudes conso / shopper
- **Couverture - Rapidité - Fiabilité**



WinMinutePro

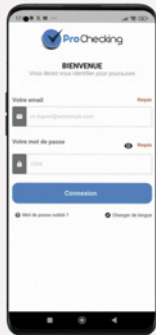
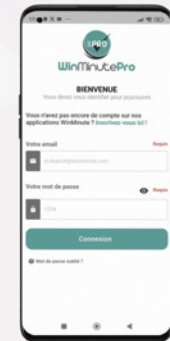
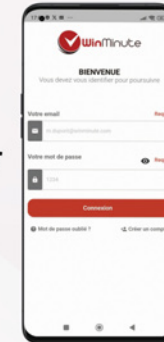
Crowdselling

- Vente en Proxi - tirez profit du circuit le plus dynamique !
- **Adaptabilité - Réactivité - ROI**



ProChecking

- Faites seulement les visites qui comptent
- Déléguez à notre communauté les visites de store-check
- **Simple - Efficace - Rentable**



Des questions ? Besoin d'un devis gratuit ?

<http://www.winminute.com> <https://www.prochecking.com>

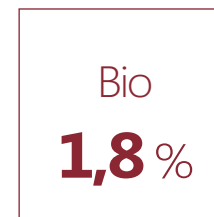
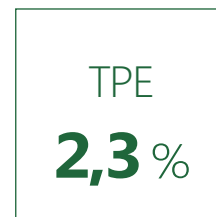
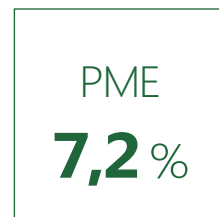
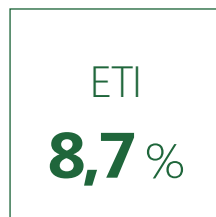
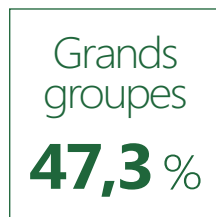
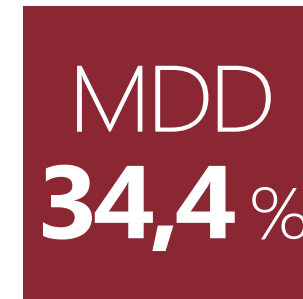


contact@winminute.com

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P9 2024, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HMSM+SDMP+Ecommerce+Proxi



Évol
des ventes
(vs N-1)

- **3,1 %**

+ **1,8 %**

+ **0,3 %**

+ **1,4 %**

- **0,7 %**

- **2,5 %**

+ **4,4 %**

+ **1,4 %**

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

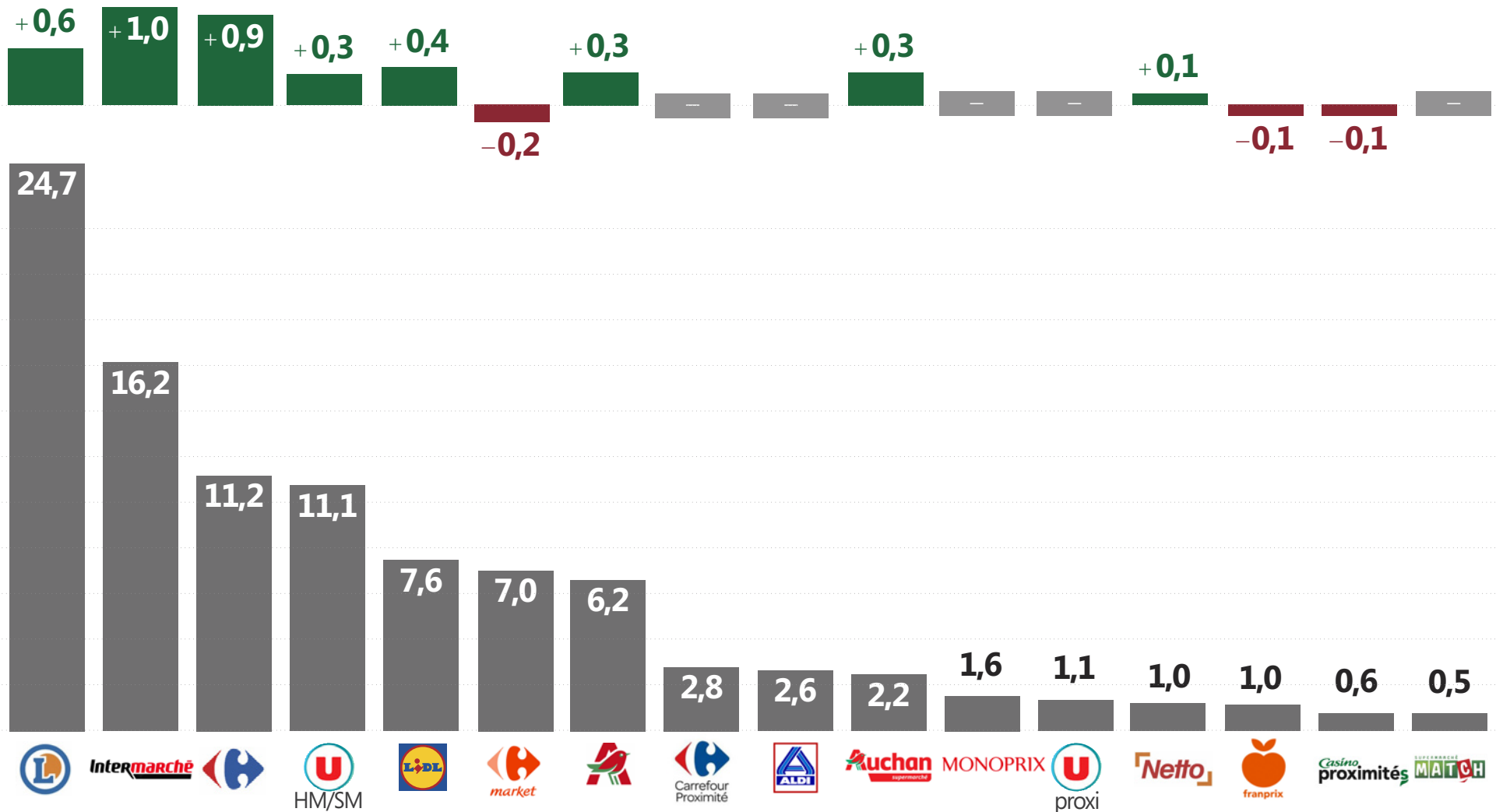
→ LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P10

(Univers : HM, SM, EDMP, proximité, internet "généraliste", en %)
Cora intégré à Carrefour

KANTAR

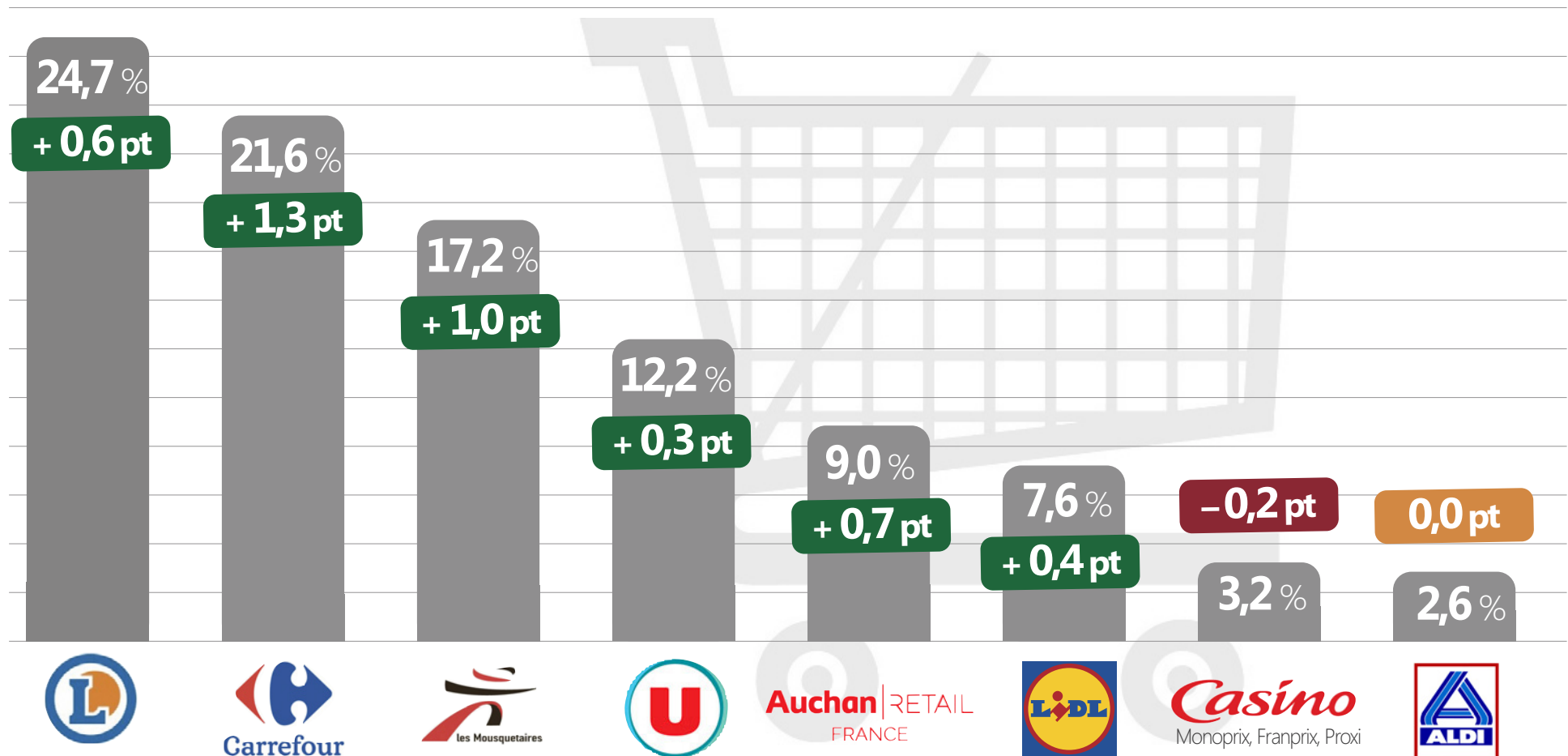


PARTS DE MARCHÉ VALEUR PAR GROUPE

(Univers : HM, SM, EDMP, proximité, internet "généraliste", en %). Pour Carrefour, PDM incluant Cora/Match. Pour Casino, à périmètre constant, donc hors HM/SM.

KANTAR

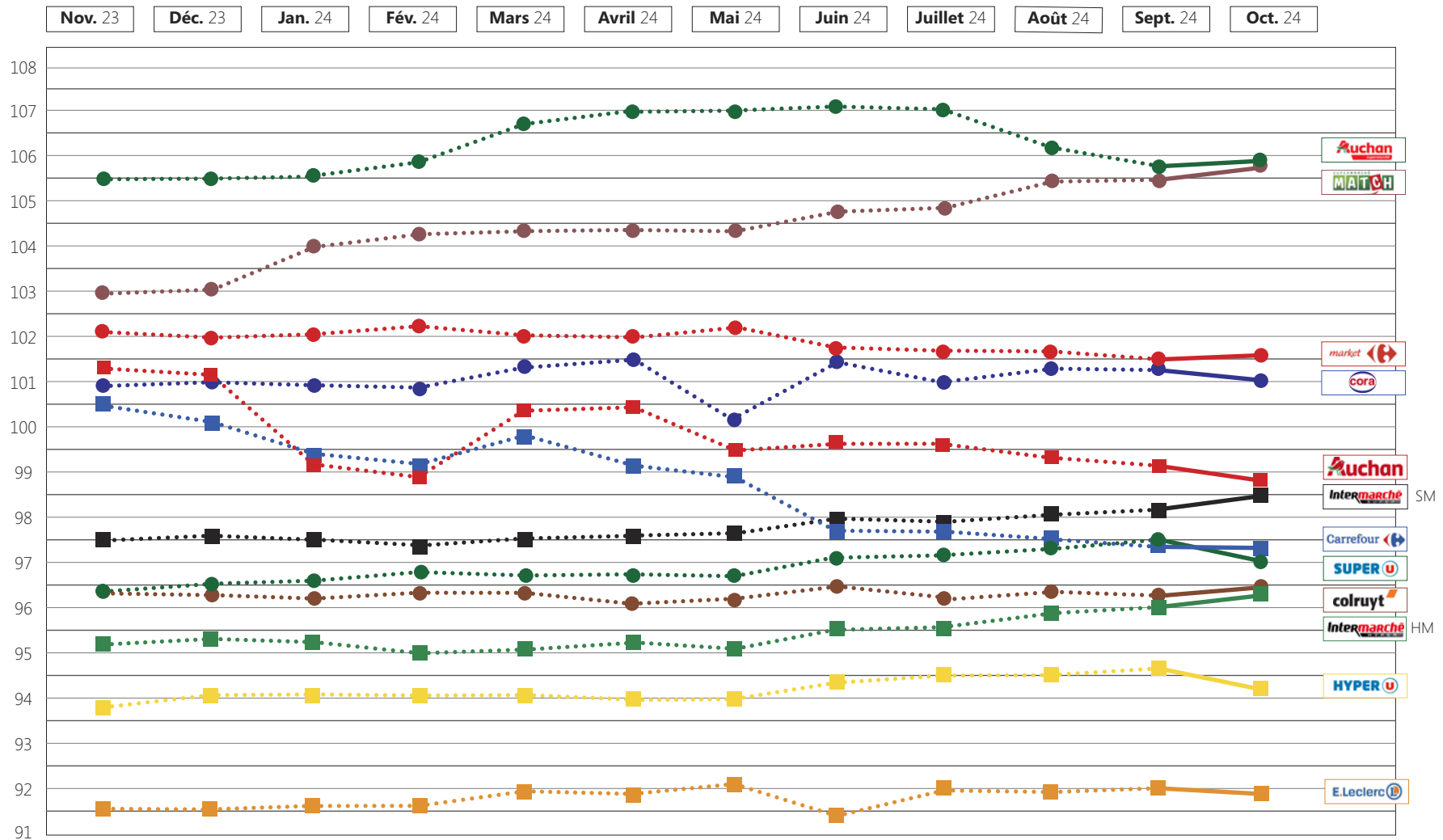
> **PGC Frais LS, P10** (Univers : HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %, évol vs N-1)



DISTRI PRIX OCTOBRE 2024

L'indice des prix drive hypers/supers

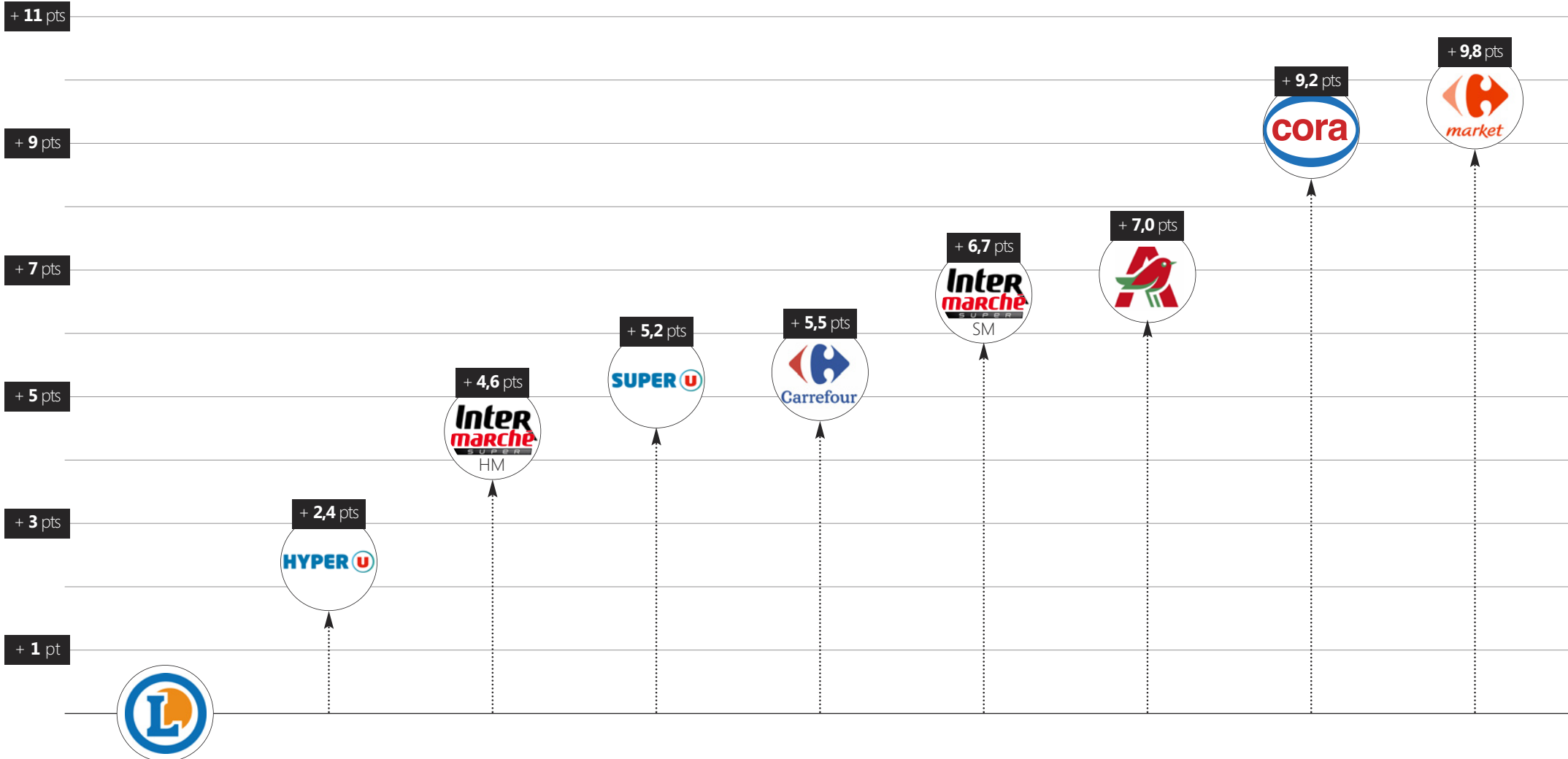
a3distrib
by NielsenIQ



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

Octobre 2024

a3distrib
by NielsenIQ



Tut Tut

Offrez à vos clients
une livraison flexible
et optimisée !

 + de 2 000 partenaires

 160 000 cotransporteurs

 4,87/5 – note clients

 couverture nationale



Intermarché

SUPERMARCHÉ
MATCH

Carrefour
livré chez vous 

E.Leclerc 

Auchan

COURSES U.com

CENTRAKOR

flunch
TRAITEUR

weldom
Bricoler • Jardiner • Décorer

 **TRUFFAUT**

 **ELECTRO
DEPOT**

Mr.Bricolage

 **alinea**
la maison française

**Office
DEPOT**

CASH
PISCINES
TOUT POUR LA PISCINE

En savoir plus 

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

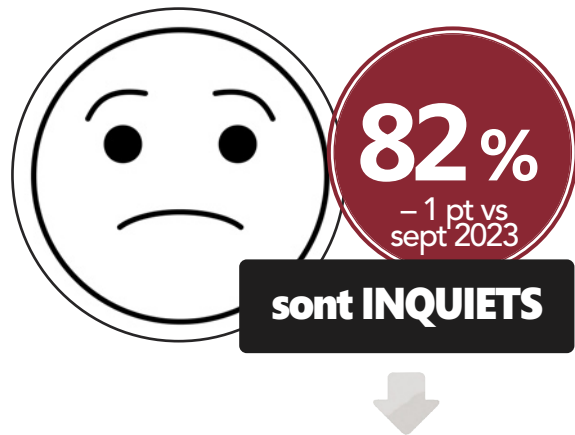
LES RAYONS

LES ENSEIGNES

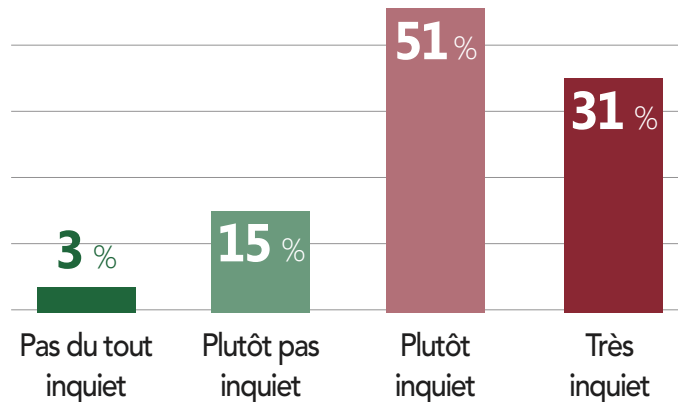
➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

LES SACRIFICES DES FRANÇAIS

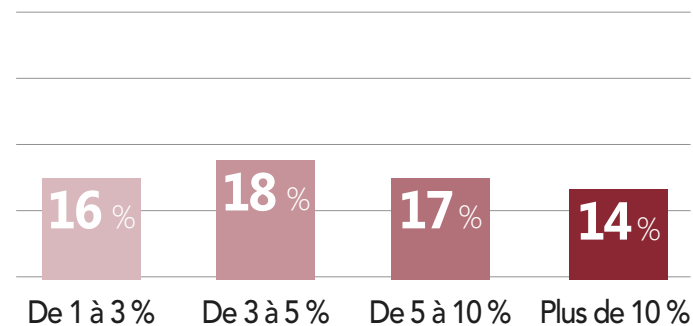
Étude septembre 2024, 1 000 personnes interrogées



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**

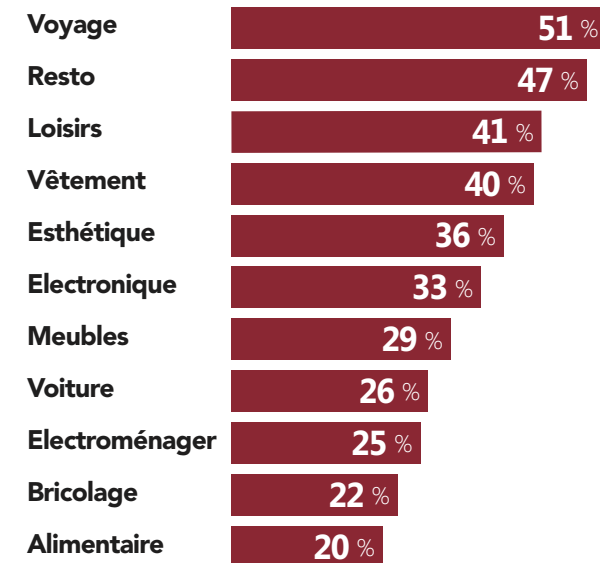
LE RENONCEMENT



Au cours des 12 derniers mois...

89 % ont renoncé à un achat

Les catégories sur lesquelles les Français ont renoncé à un achat

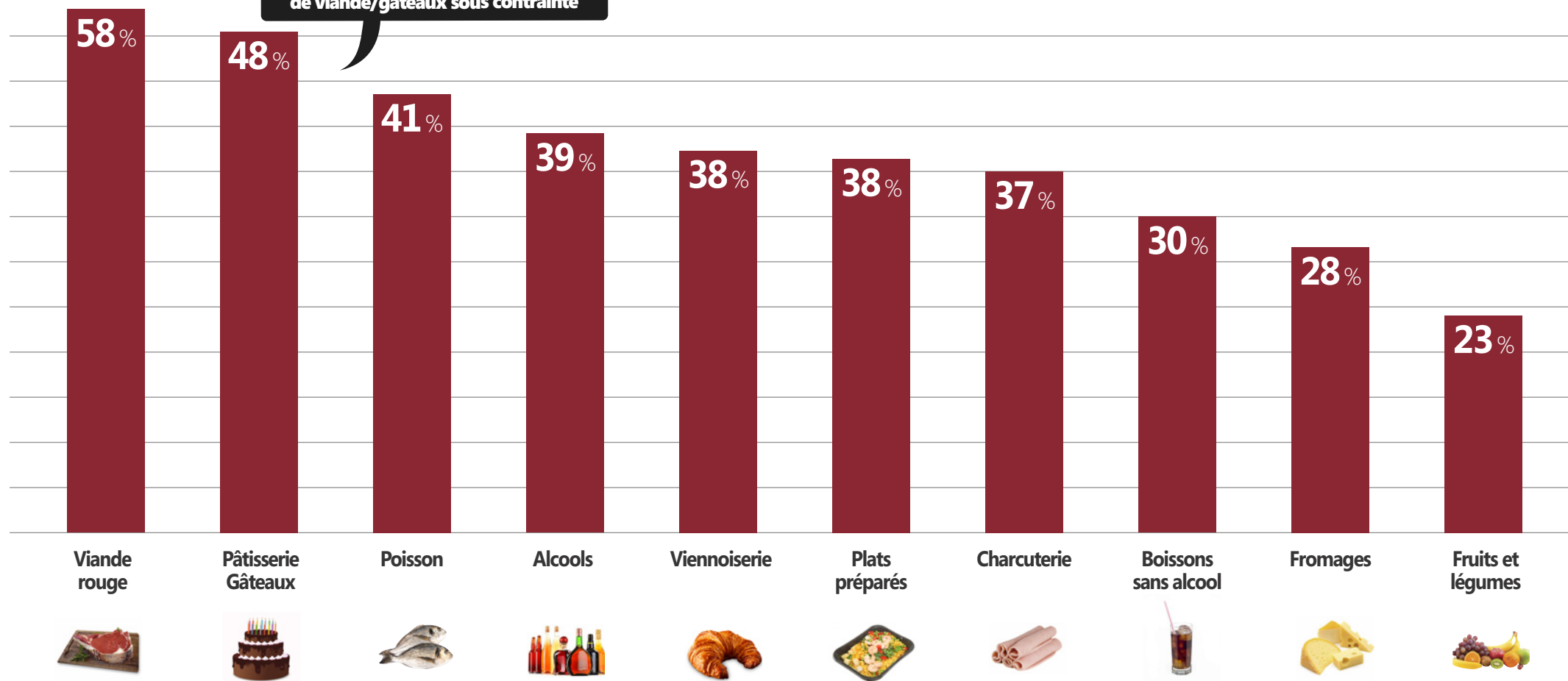


LES SACRIFICES DES FRANÇAIS

potloc AlixPartners

Au cours des 6 derniers mois, avez-vous diminué pour des raisons économiques vos achats de... ?
Étude septembre 2024, 1 000 personnes interrogées

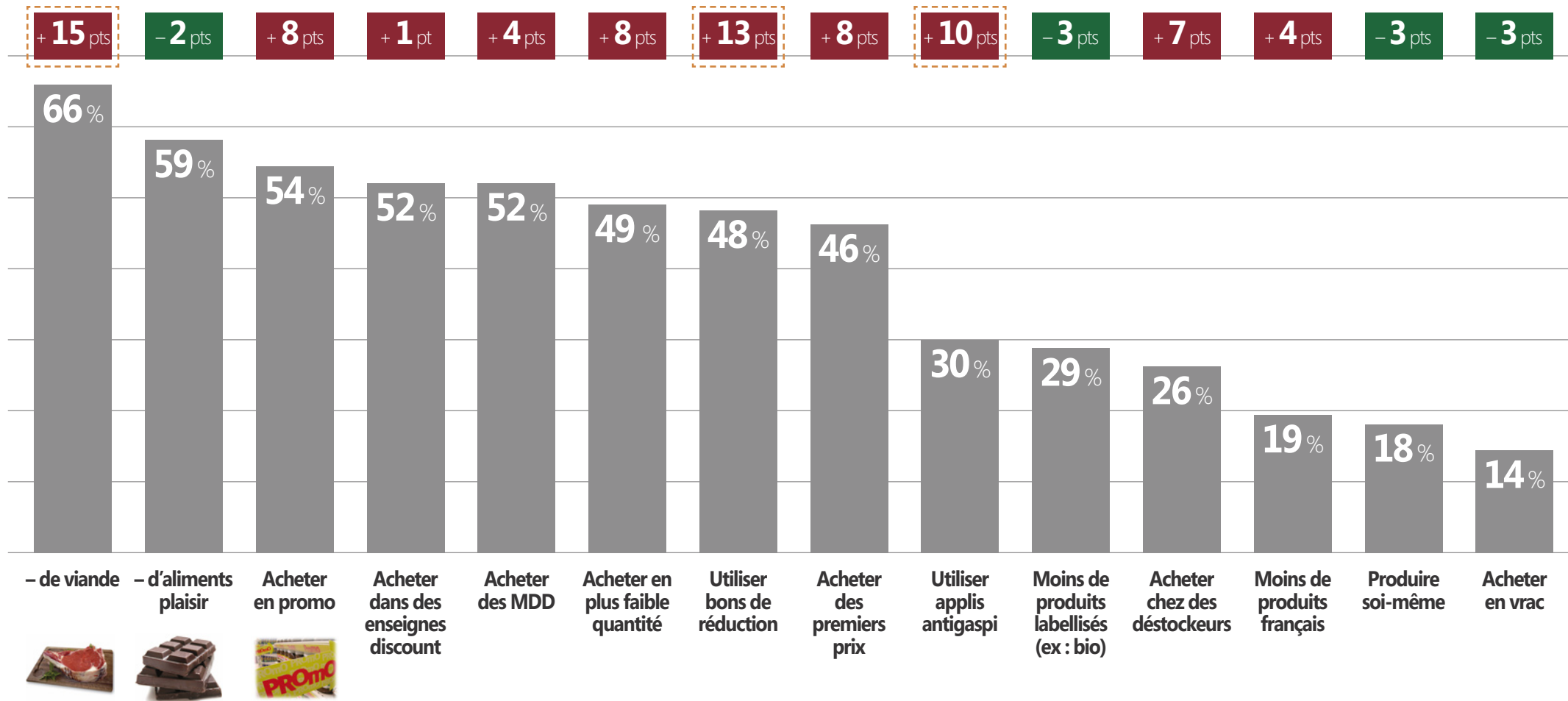
Un Français sur deux a baissé sa conso de viande/gâteaux sous contrainte



LES SACRIFICES DES FRANÇAIS



Quelles ont été vos stratégies pour dépenser moins ?
Étude septembre 2024, 1 000 personnes interrogées



NOMBRE D'ARTICLES PAR PANIER ET FRÉQUENCE D'ACHAT (/AN)

KANTAR

PGC / Frais LS. En CAD à P8 pour chaque année. HM/SM/Proxi/Ecommerce

Fréquence
d'achat

x 70

x 72

x 75

x 76

x 76

Nb articles
par panier

13,5
articles

12,7
articles

12,1
articles

11,5
articles

11,3
articles

2020

2021

2022

2023

2024

LES TRANCHES VÉGÉ FLEURY MICHON 3 PÉRIODES APRÈS LANCEMENT

NielsenIQ

1 076 K€

Chiffre d'affaires sortie caisses
en 3 périodes
(à partir de P4 2024)

2,24 €

Prix moyen constaté en drives (4 tranches, 120 g)



Poulet 4 tr
160 g, **1,93 €**
(indice : 86)



Porc 4 tr
160 g, **2,40 €**
(indice : 107)



3,1 %

Taux de pénétration

(3,1 % des Français ont acheté
au moins un produit de la
gamme)

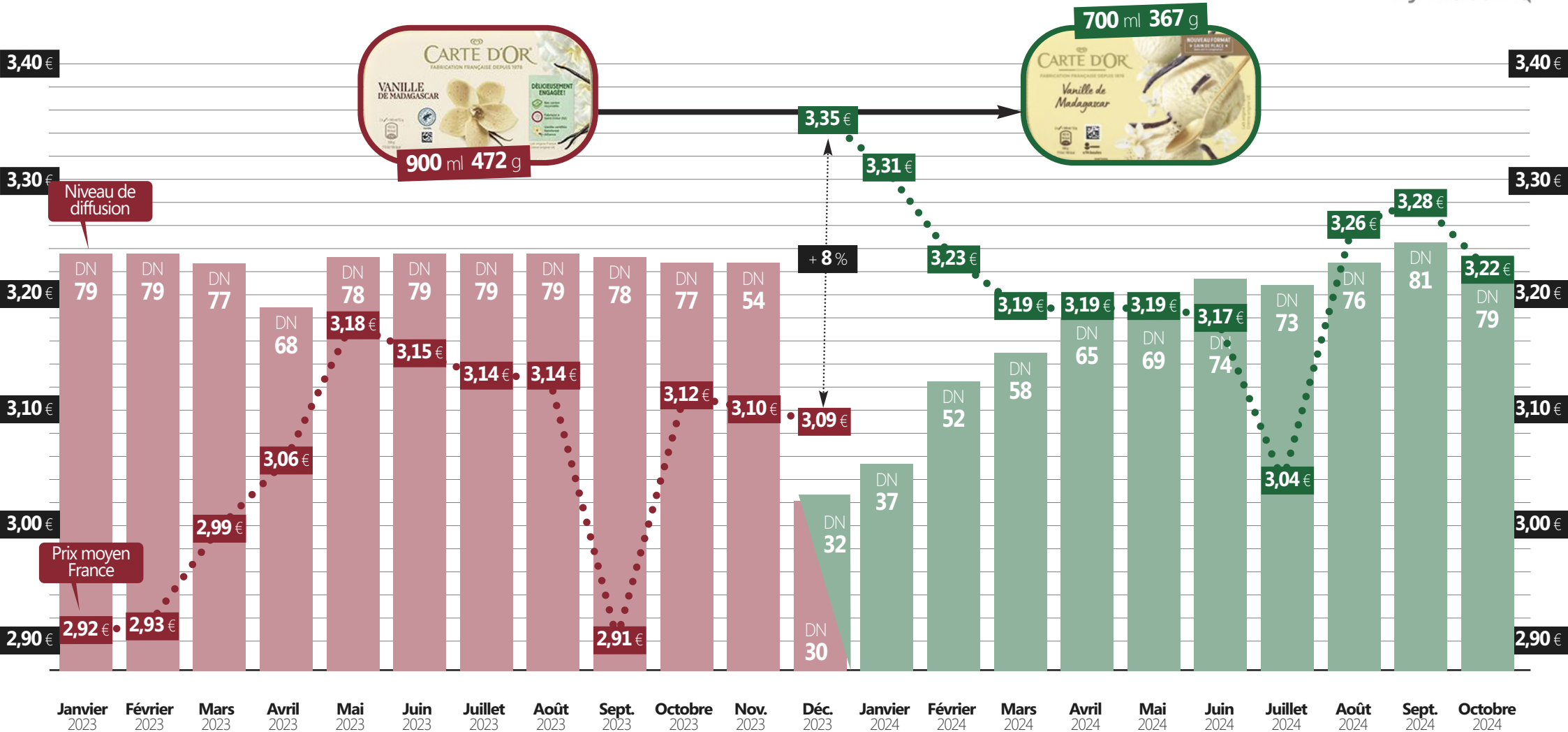


30 % n'ont pas acheté
de jambon de porc
ou de volaille
Fleury Michon

50 % des acheteurs
ont essayé en moyenne
2 produits de la gamme

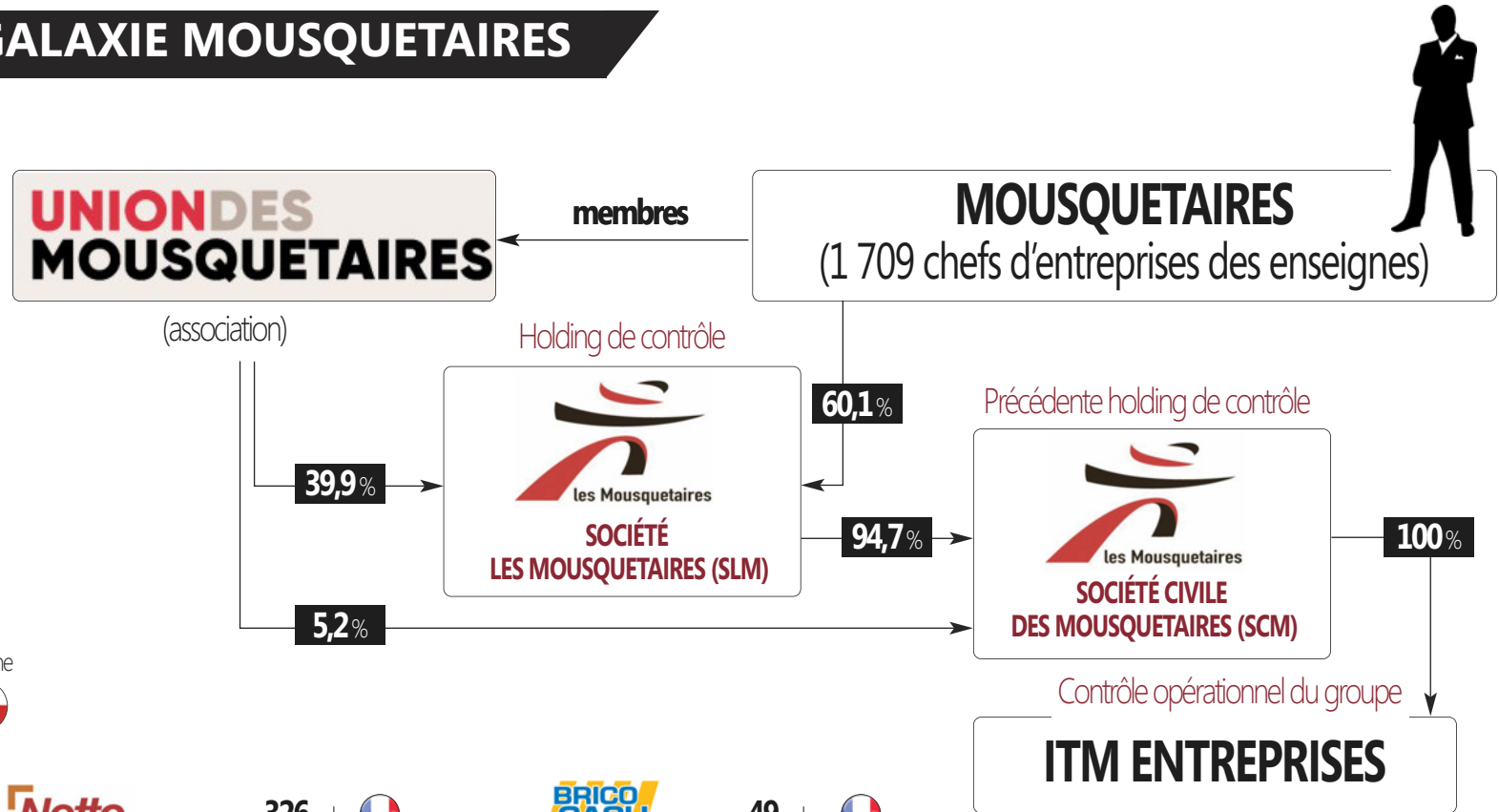
GLACE VANILLE CARTE D'OR : DIFFUSION ET PRIX

a3distrib
by NielsenIQ



LE CONTRÔLE DE LA GALAXIE MOUSQUETAIRES

LA TÊTE DE RÉSEAU



LE RÉSEAU

France Belgique Portugal Pologne

Intermarché HYPER 109 pdv

Intermarché SUPER 1 945 pdv

Intermarché CONTACT 283 pdv

Intermarché 158 pdv

Netto 326 pdv

les **comptoirs de la bio** 75 pdv

BRICOMARCHÉ 722 pdv

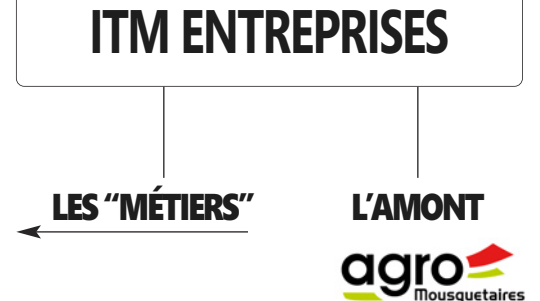
brico rama 122 pdv

BRICO CASH 49 pdv

TRIDOME 13 pdv

Roady 153 pdv

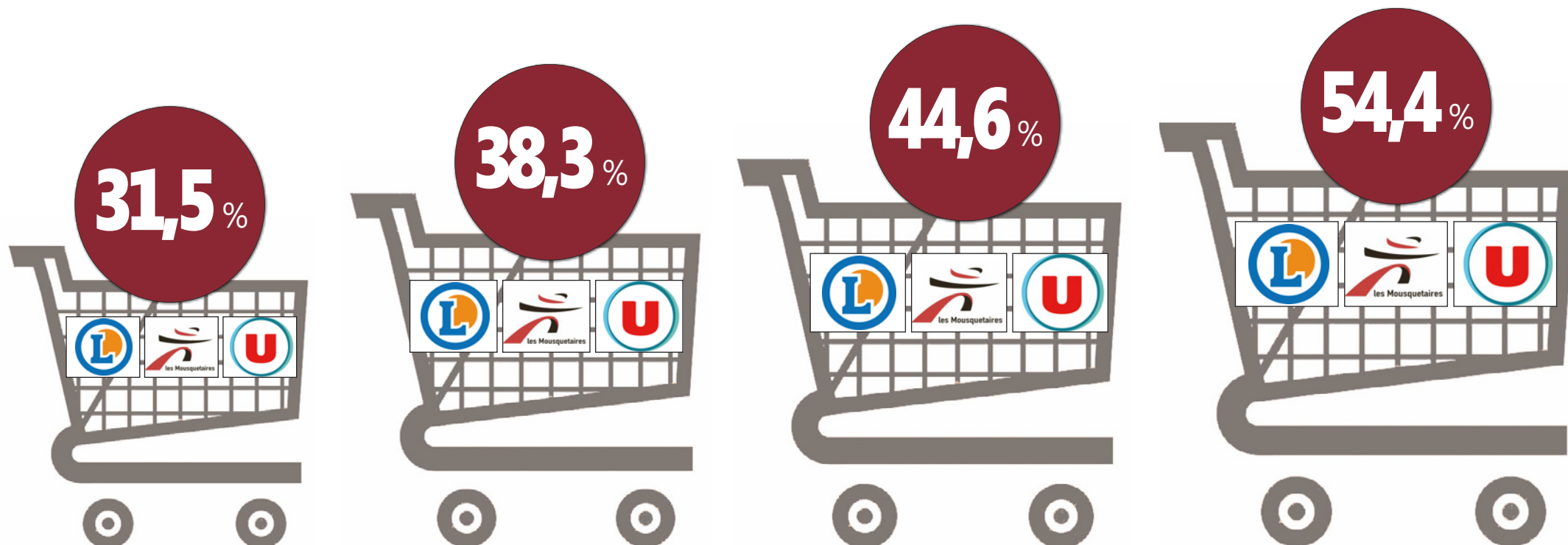
Rapid Pare-Brise 164 pdv



PARTS DE MARCHÉ CUMULÉES LECLERC, INTERMARCHÉ, U

PGC / Frais LS.

KANTAR



1994

2004

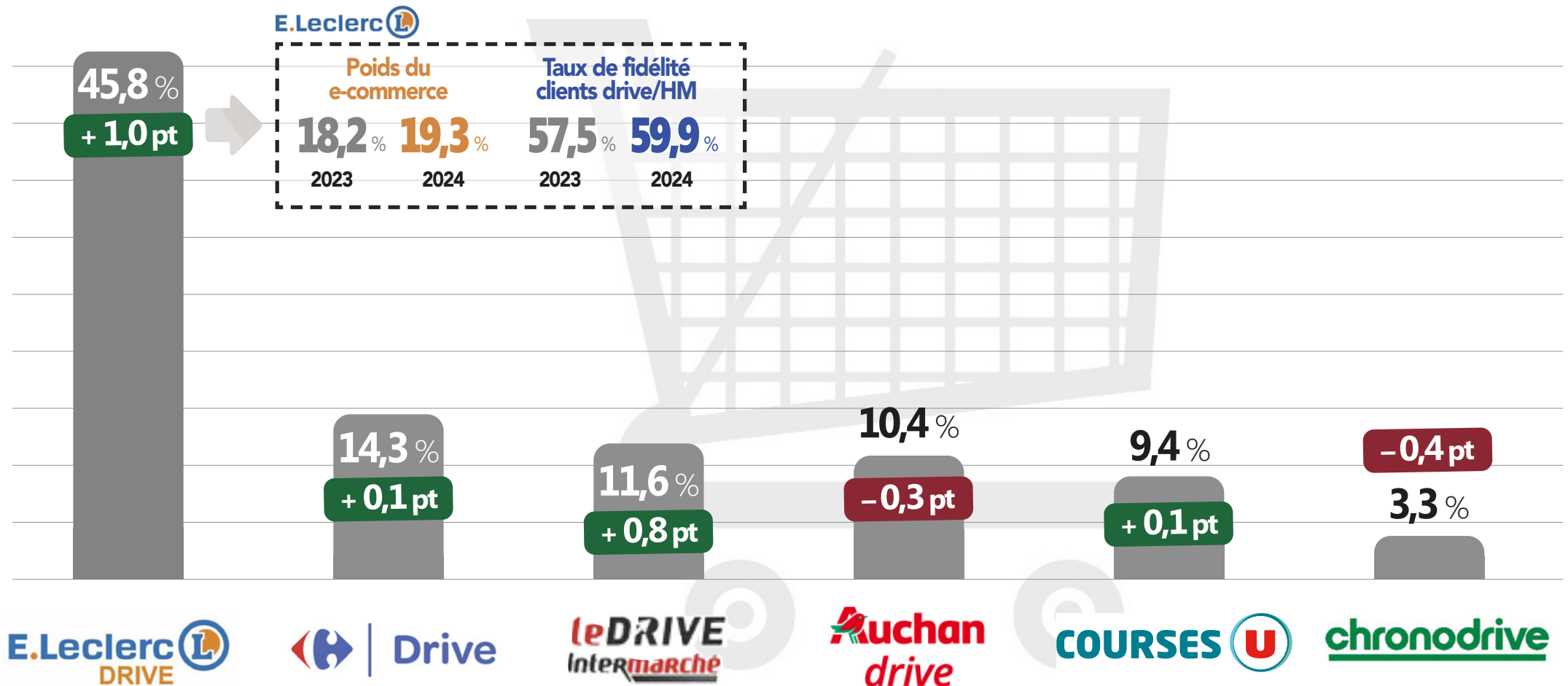
2014

2024

DRIVE & LAD : LES PARTS DE MARCHÉ DES ENSEIGNES

KANTAR

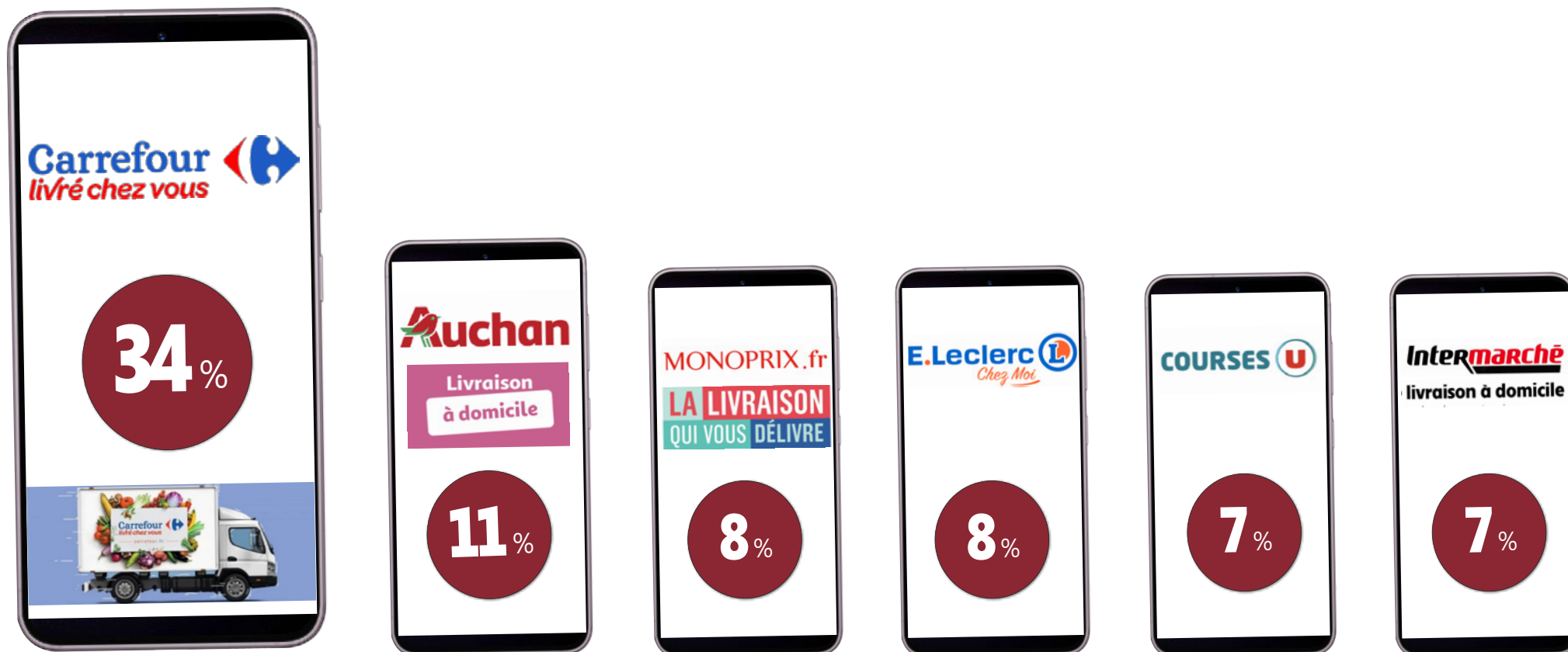
PGC / Frais LS, enseignes généralistes, CAD P8 2024



LIVRAISON À DOMICILE : PARTS DE MARCHÉ

PGC / Frais LS, en CAM P8 2024

KANTAR

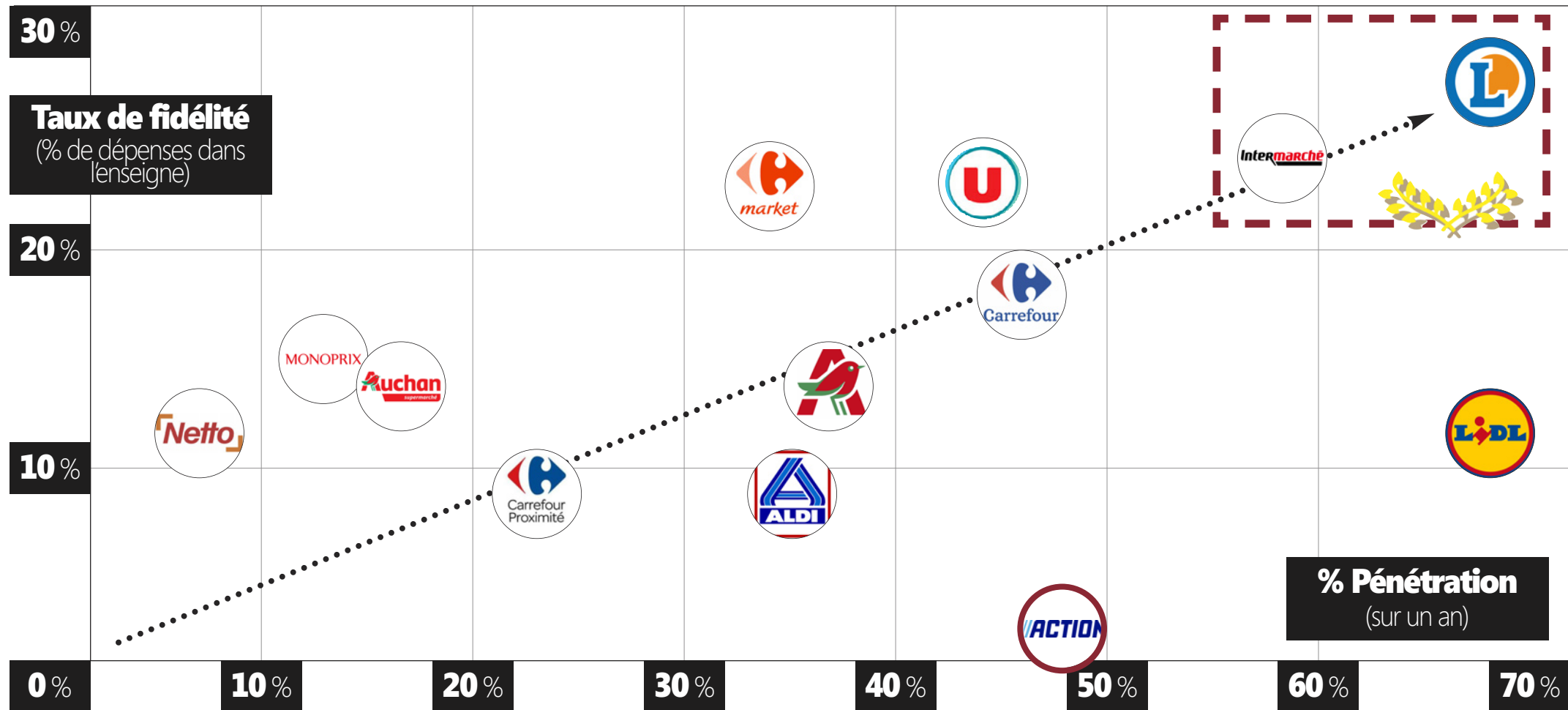


Le solde est constitué de Casino, Leader Price, Picnic et autres sites web

FIDÉLITÉ & PÉNÉTRATION : QUELLES SONT LES ENSEIGNES GAGNANTES ?

KANTAR

CAM P7 2024



À QUI **LECLERC** PREND DU CHIFFRE D'AFFAIRES ?

Origine des 40 % de gains de CA de Leclerc issus de la cannibalisation

NielsenIQ

CAM P7 2024





arneg

FRANCE



VELDEN LX

SENDAI 2

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
semi-vertical



Sendai 2
îlot



Velden LX
semi-vertical



Velden LX
îlot

SENDAI 2

VELDEN LX

EN SAVOIR PLUS

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