

CONSO SCOPIE

Les insights pour comprendre la consommation

Mars 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 ;-)

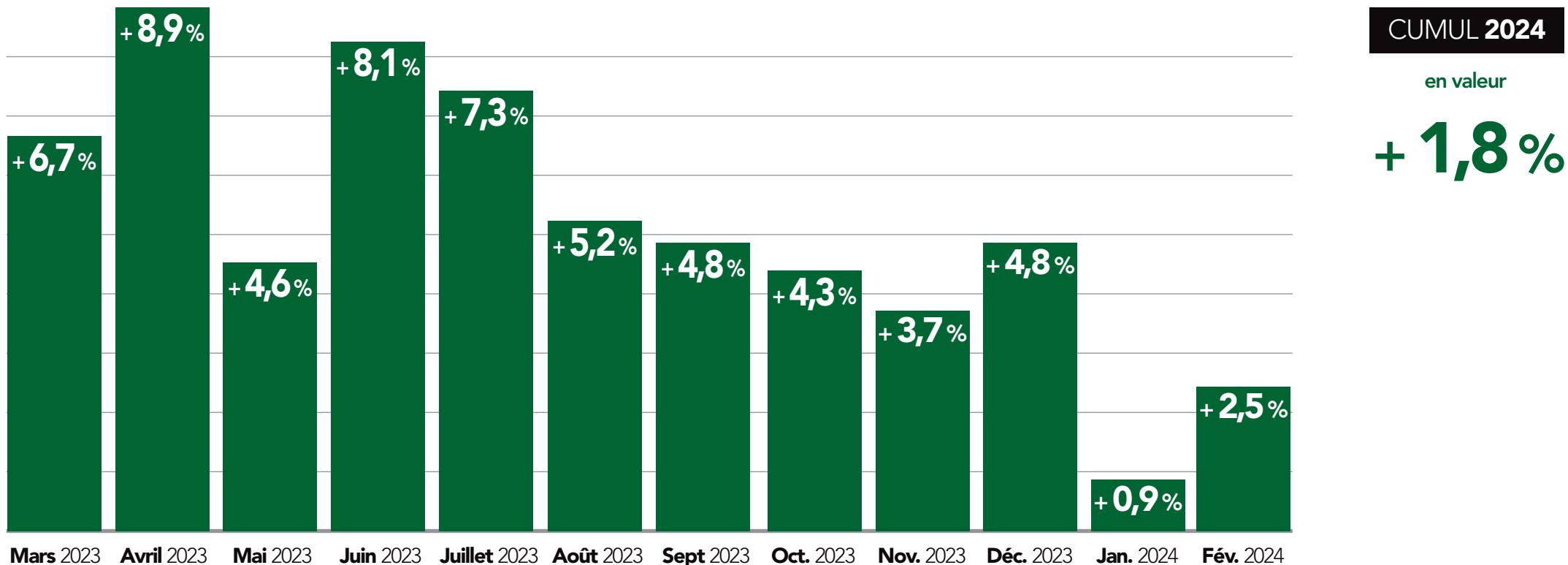
VIGIE GRANDE CONSO



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

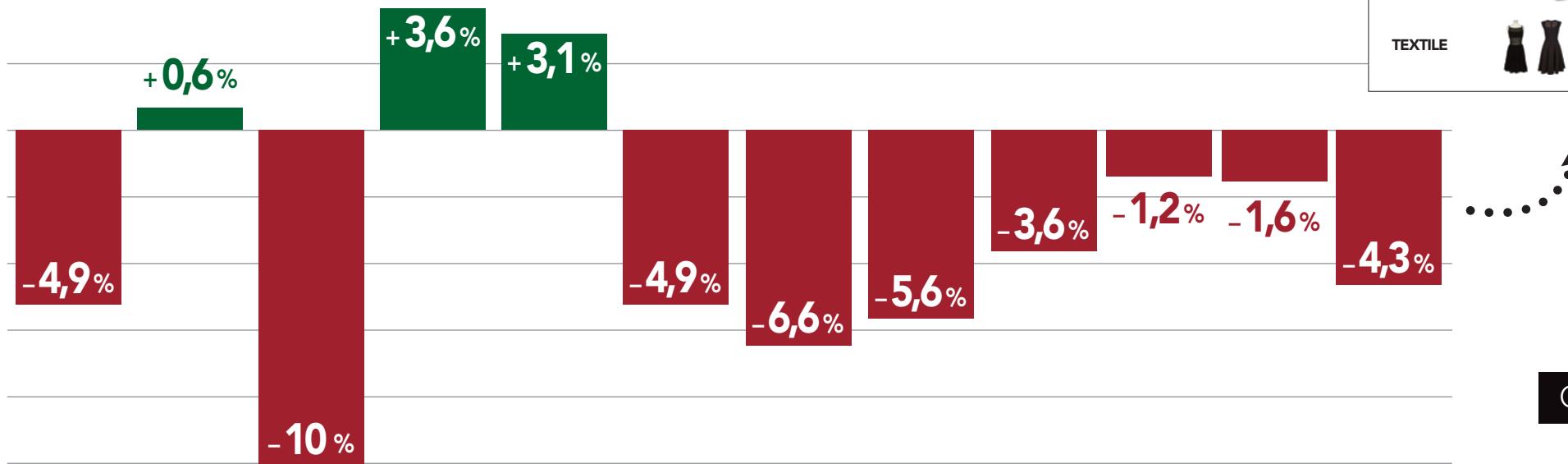
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers-supers-e-commerce GSA



ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers-supers-e-commerce GSA



CUMUL 2024

en valeur

-2,7 %

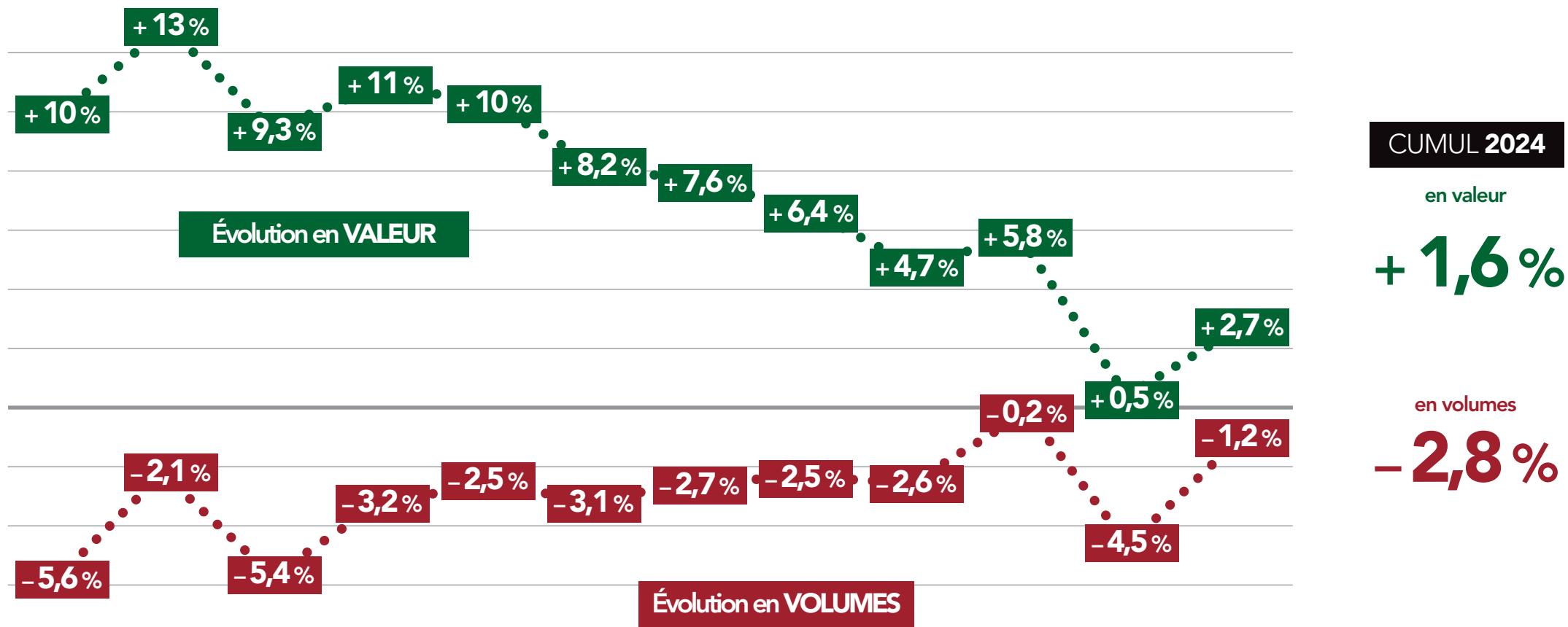


MAISON		-3,4 %
JARDIN ANIMALERIE		-12 %
SPORTS LOISIRS, JEUX		-6,4 %
CULTURE		-5,0 %
TEXTILE		-3,0 %

en valeur

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

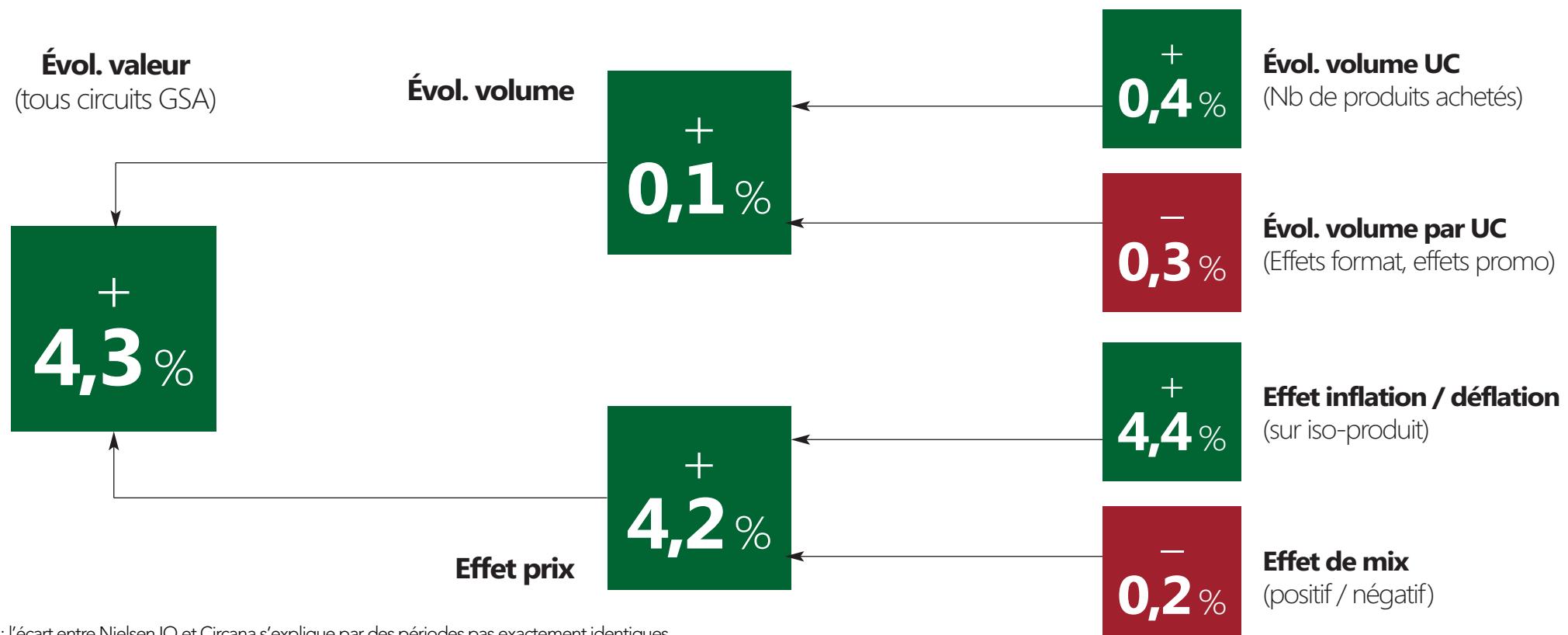
En volumes / valeur, tous circuits GSA



LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

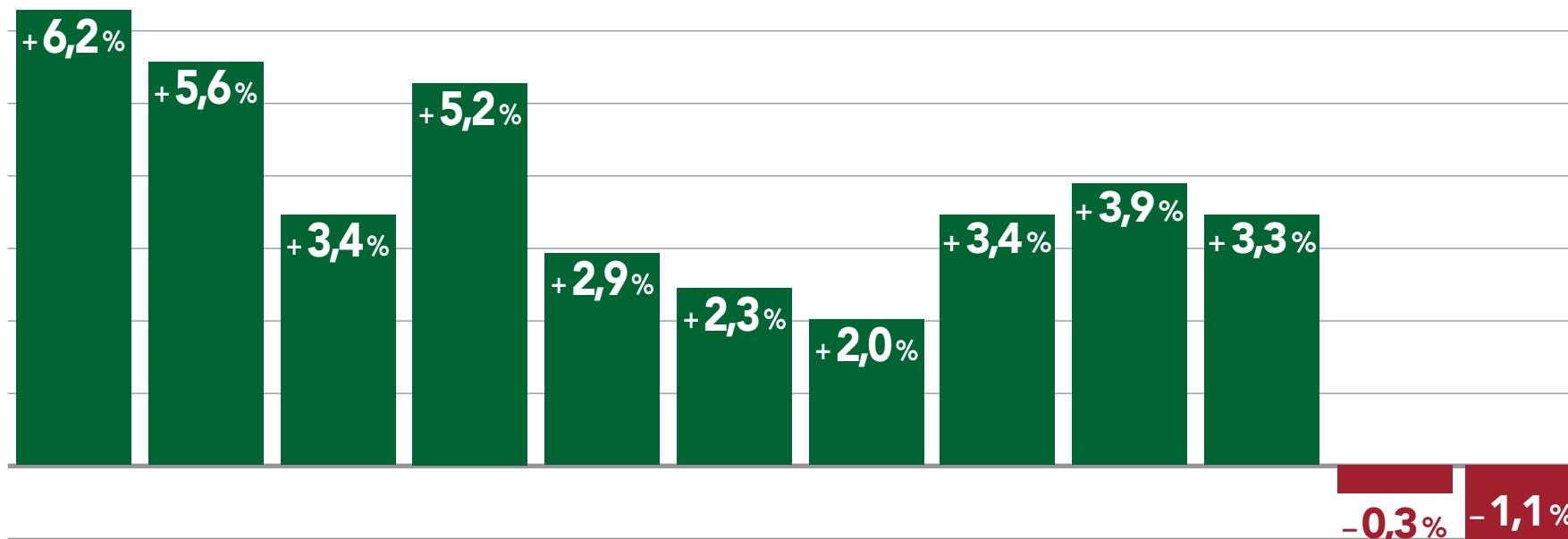
P2 2024, PGC Frais LS



NB : l'écart entre Nielsen IQ 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)

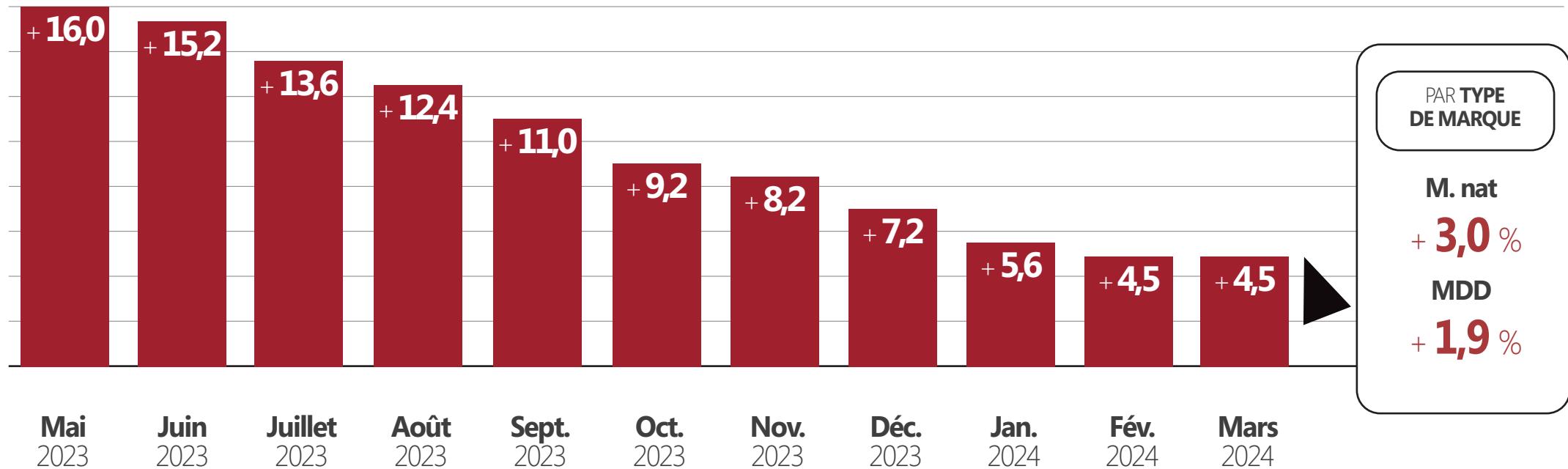
Hypers-supers-e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



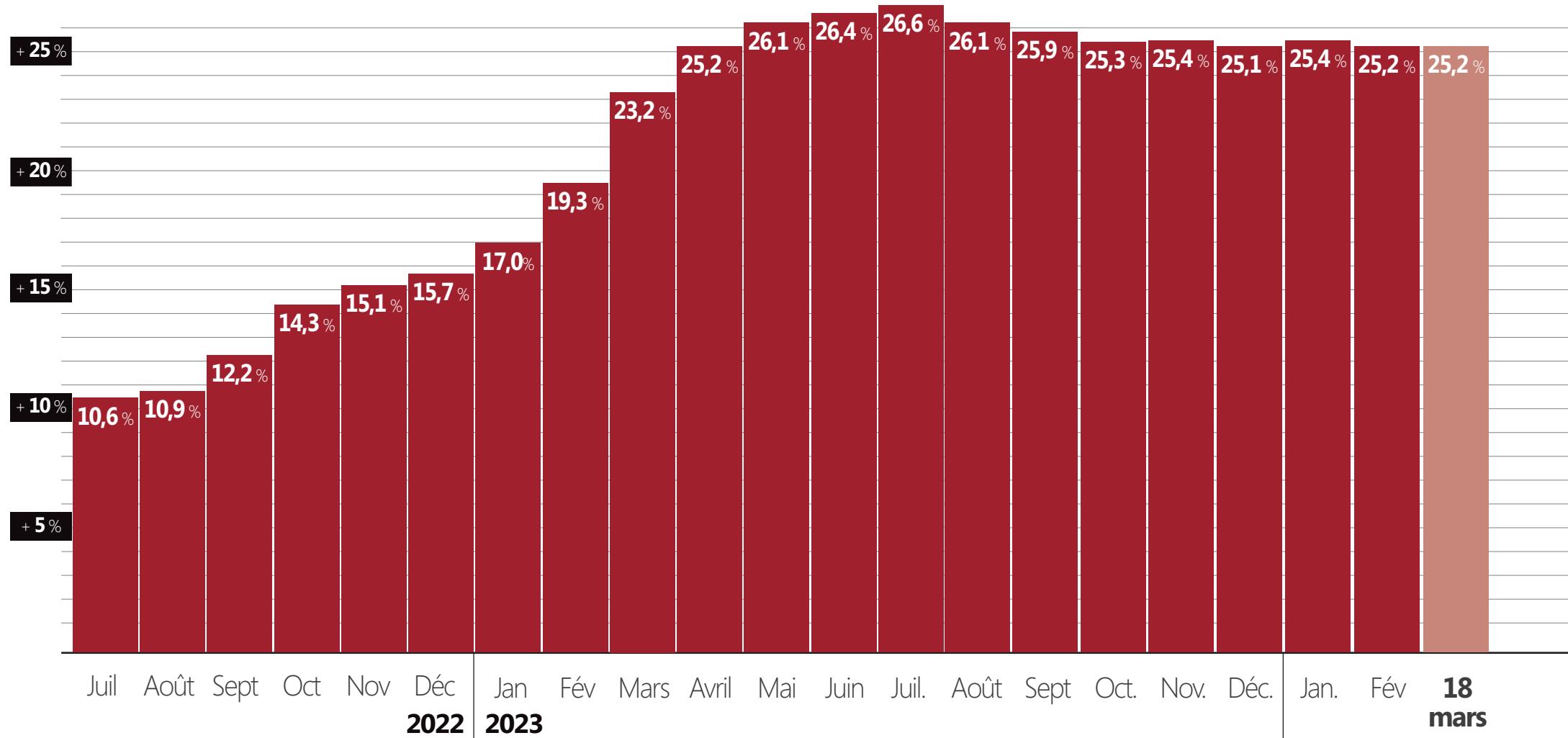
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

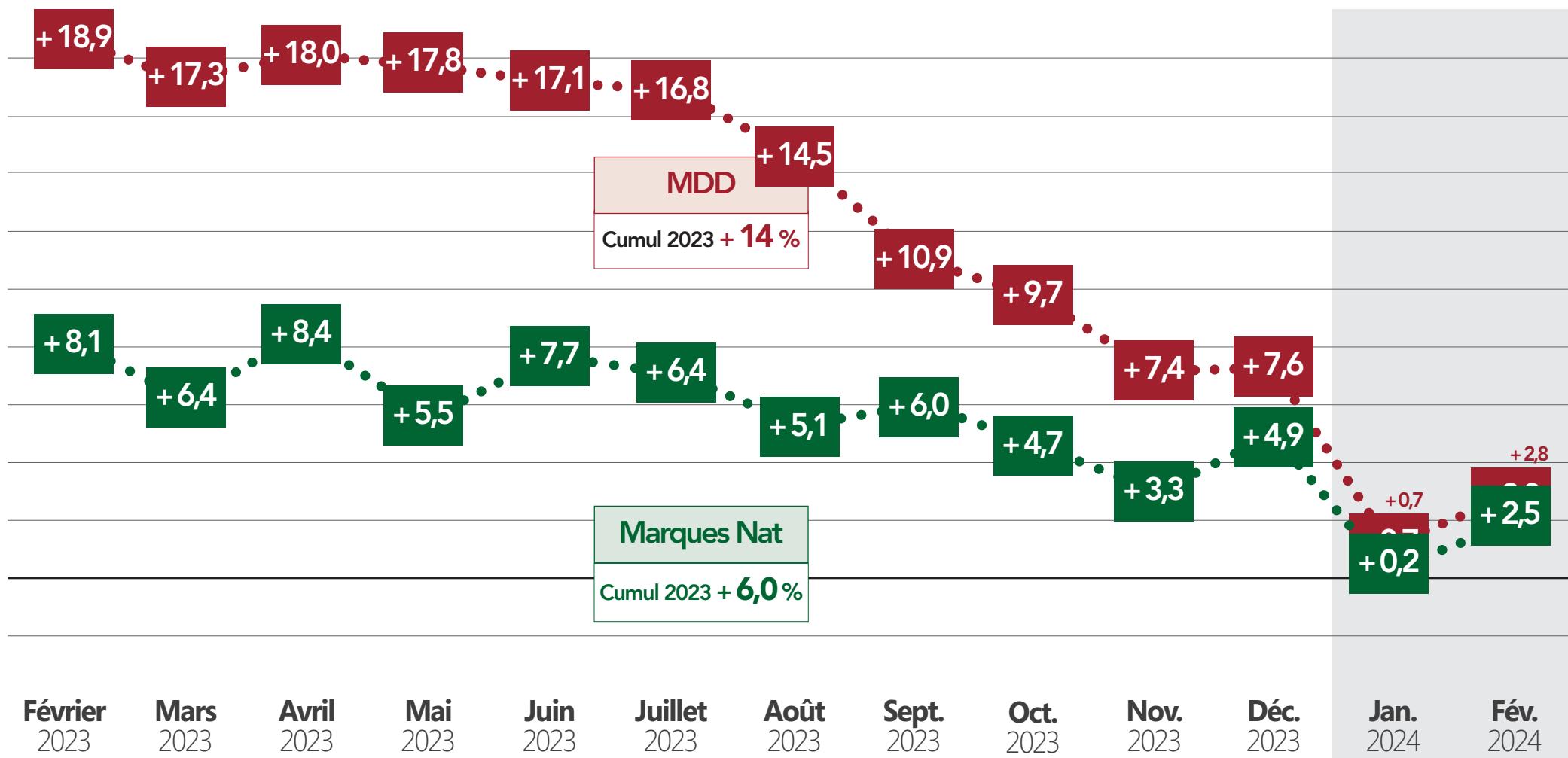
a3distrib
by NielsenIQ

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



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

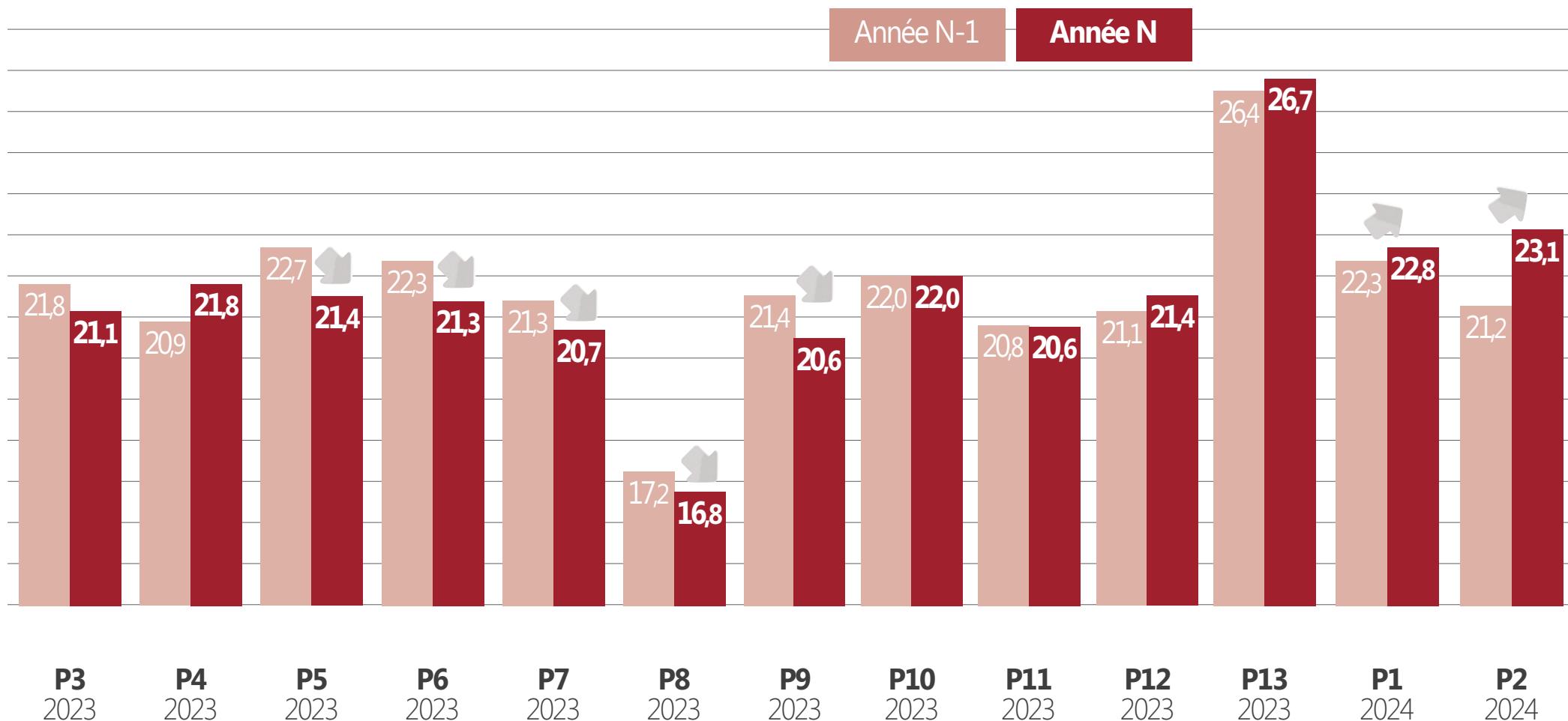
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits

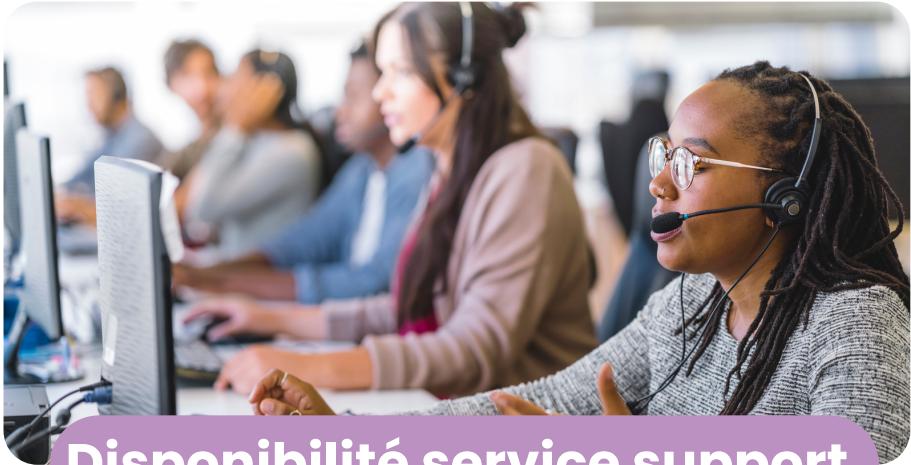


LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

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





Disponibilité service support



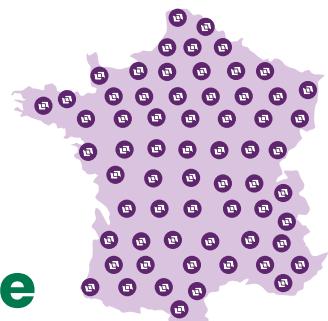
8h-20h et 7j/7



120 K cotransporteurs disponibles partout en France

Tut Tut 

La livraison à domicile
collaborative et **responsable**



LE MARCHÉ

→ LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P2 2024

% 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

Évol
du CA

+ 2,3 %

+ 6,6 %

+ 5,1 %

- 0,7 %

+ 2,9 %

+ 3,2 %

+ 2,5 %

+ 13 %

+ 5,5 %

% des ventes

17,1 %

19,7 %

20,7 %

11,7 %

6,7 %

2,4 %

12,6 %

8,3 %

0,9 %

36,8 %

32,4 %

9,1 %

9,2 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAD P2 2024

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

Évol
du CA

- 0,2 %

+ 5,8 %

+ 4,1 %

- 1,5 %

+ 1,9 %

+ 3,3 %

+ 2,9 %

+ 11 %

+ 5 %

% des ventes

17,2 %

19,7 %

20,4 %

11,7 %

6,6 %

2,4 %

12,8 %

8,4 %

0,9 %

36,9 %

32,1 %

9,0 %

9,3 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P2 2024

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

Drive

LAD

**Évol
des
volumes**

- 3,5 %

+ 1,9 %

+ 1,4 %

- 3,1 %

+ 0,2 %

- 0,3 %

+ 0,8 %

+ 6,7 %

+ 1,5 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAD P2 2024

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



SDMP
(Discount)

Rurale



Drive

LAD

**Évol
des
volumes**

- 5,8 %

+ 0,8 %

+ 0,1 %

- 4,2 %

- 1,8 %

- 0,7 %

0 %

+ 4,5 %

+ 0,3 %



carapax

30 ans d'expérience à votre service.

Spécialiste des abris en toile tendue

Tél. 33 (0)4 74 97 30 00



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)

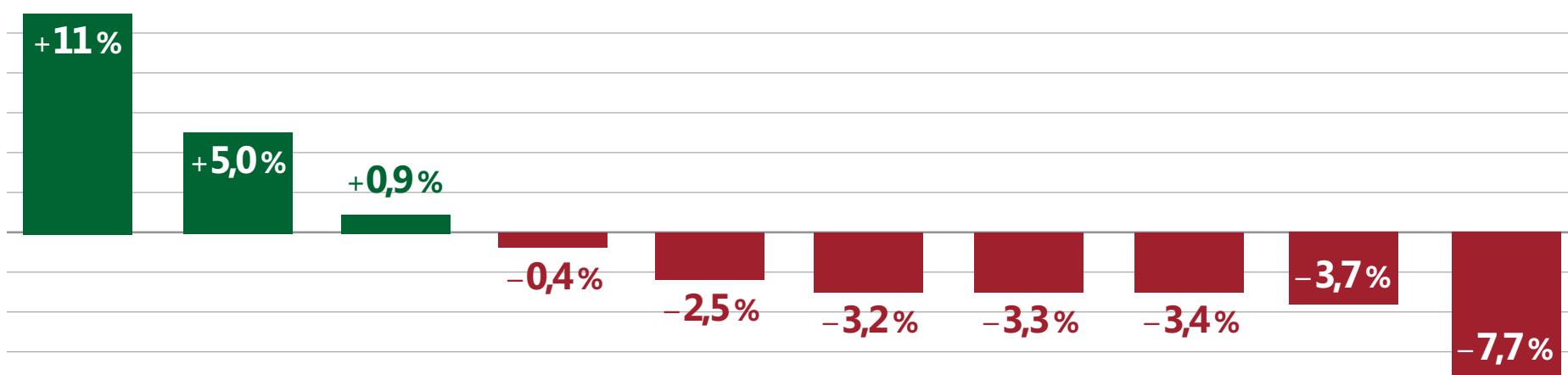
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

Février 2024 vs N-1, tous circuits



Moyenne PGC FLS

- 1,2 %



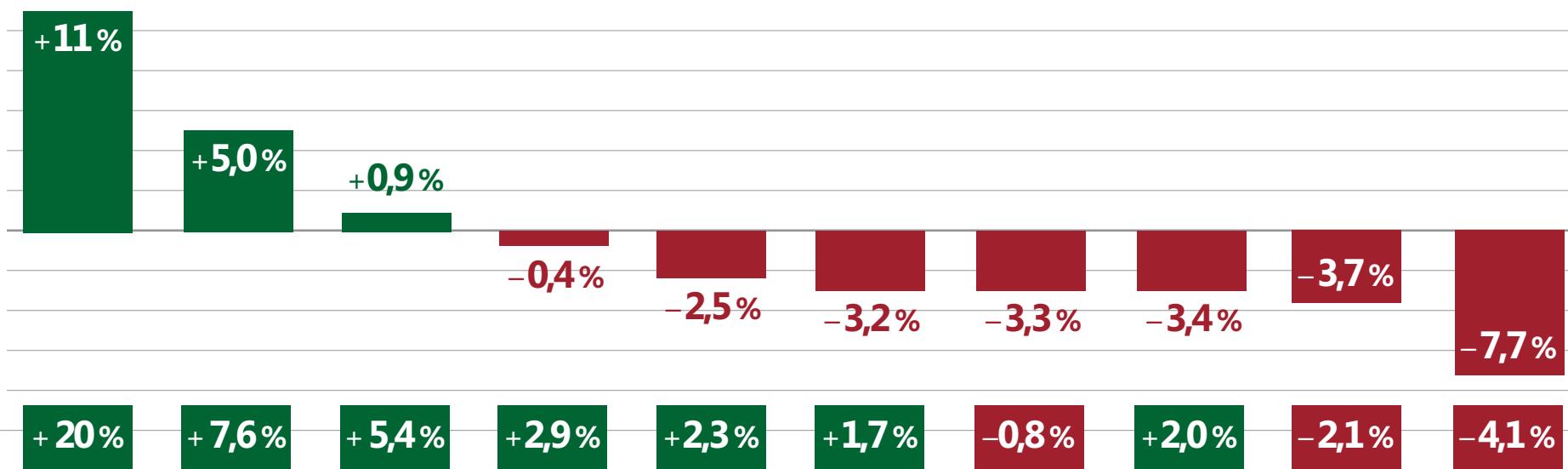
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS

Février 2024 vs N-1, tous circuits



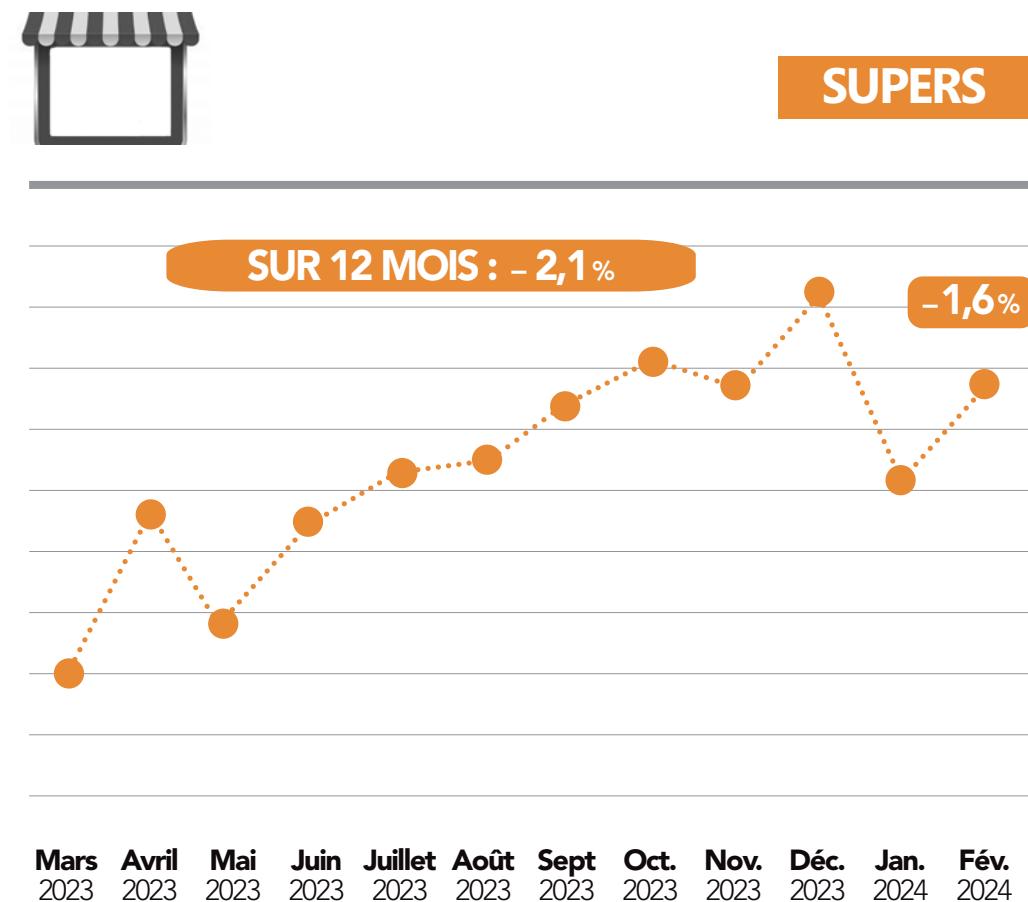
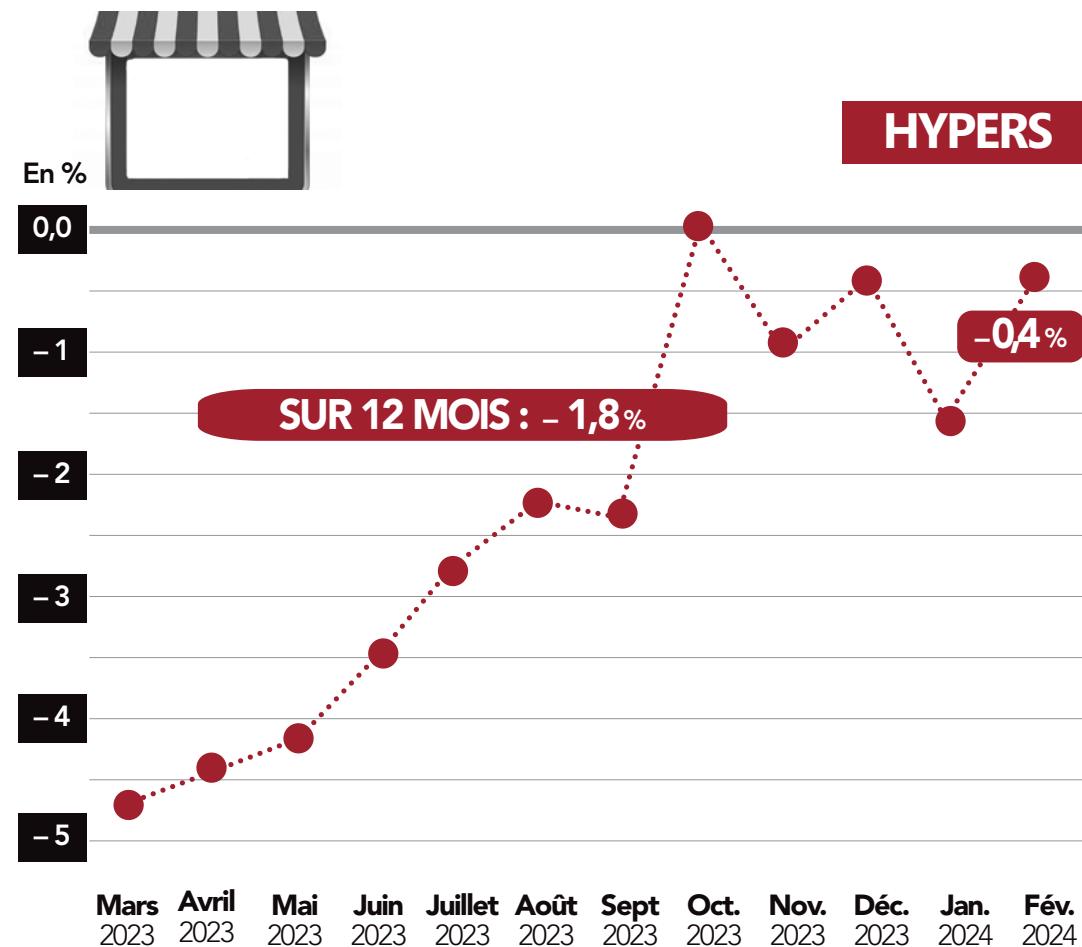
Moyenne PGC FLS

- 1,2 %



ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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

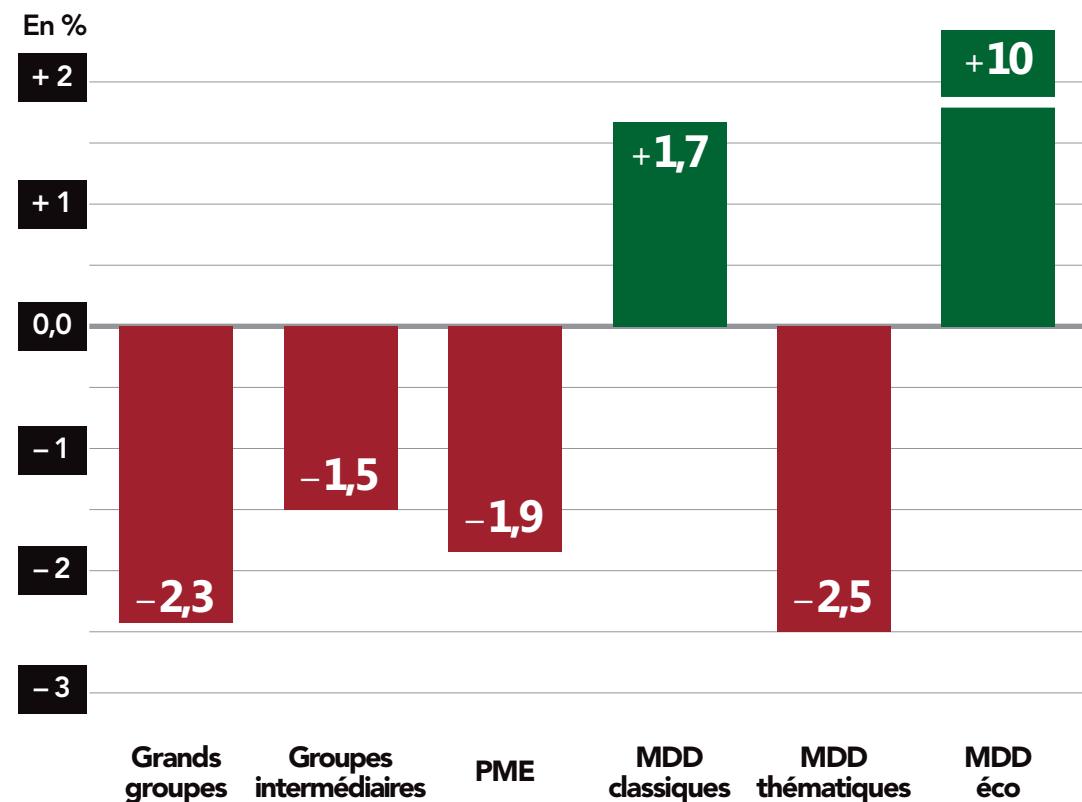


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

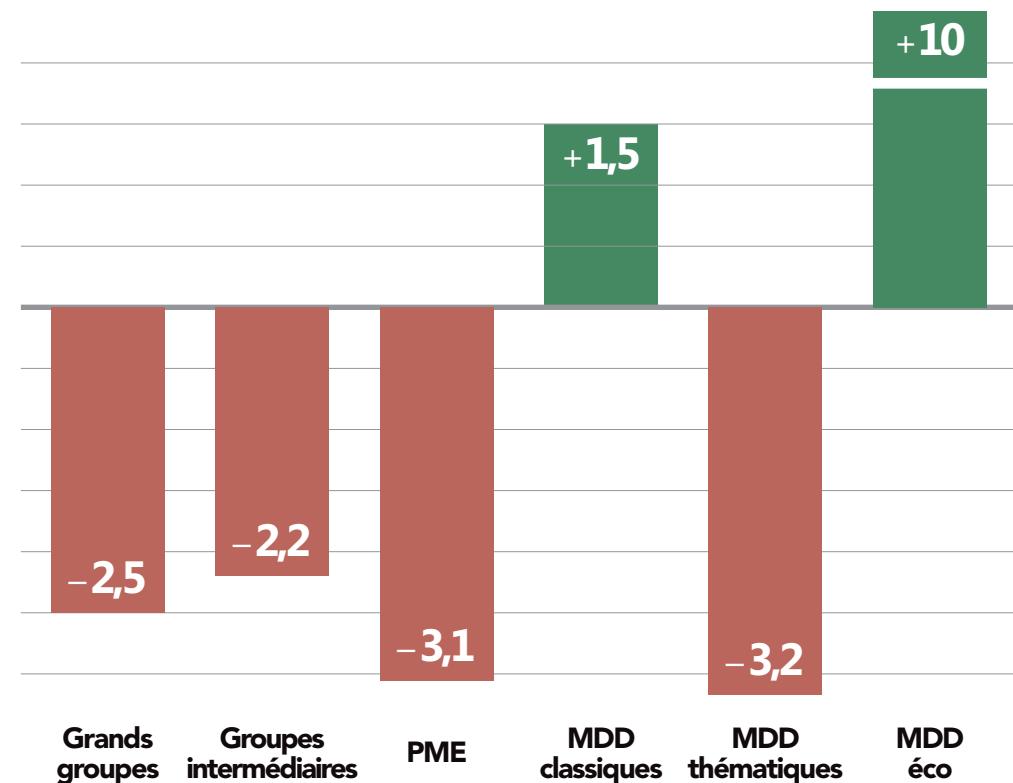
Evol. nombre d'EAN hebdo / Mag – PGC FLS, HM SM



FÉVRIER 2024



CUMUL JANVIER-FÉVRIER 2024



PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P2 2024, en valeur. Parts de marché et évolution des ventes

MN
64,4 %

MDD
35,6 %

Grands groupes
46,6 %

ETI
8,8 %

PME
7,0 %

TPE
2,0 %

Standard
30,1 %

Bio
1,9 %

Premium
1,5 %

1^{ers} prix
2,1 %

Évol
des ventes
(vs N-1)
+ 3,8 %

+ 4,3 %

+ 0,8 %

+ 2,1 %

+ 5,6 %

- 0,7 %

+ 4,8 %

+ 15 %

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

→ **LES ENSEIGNES**

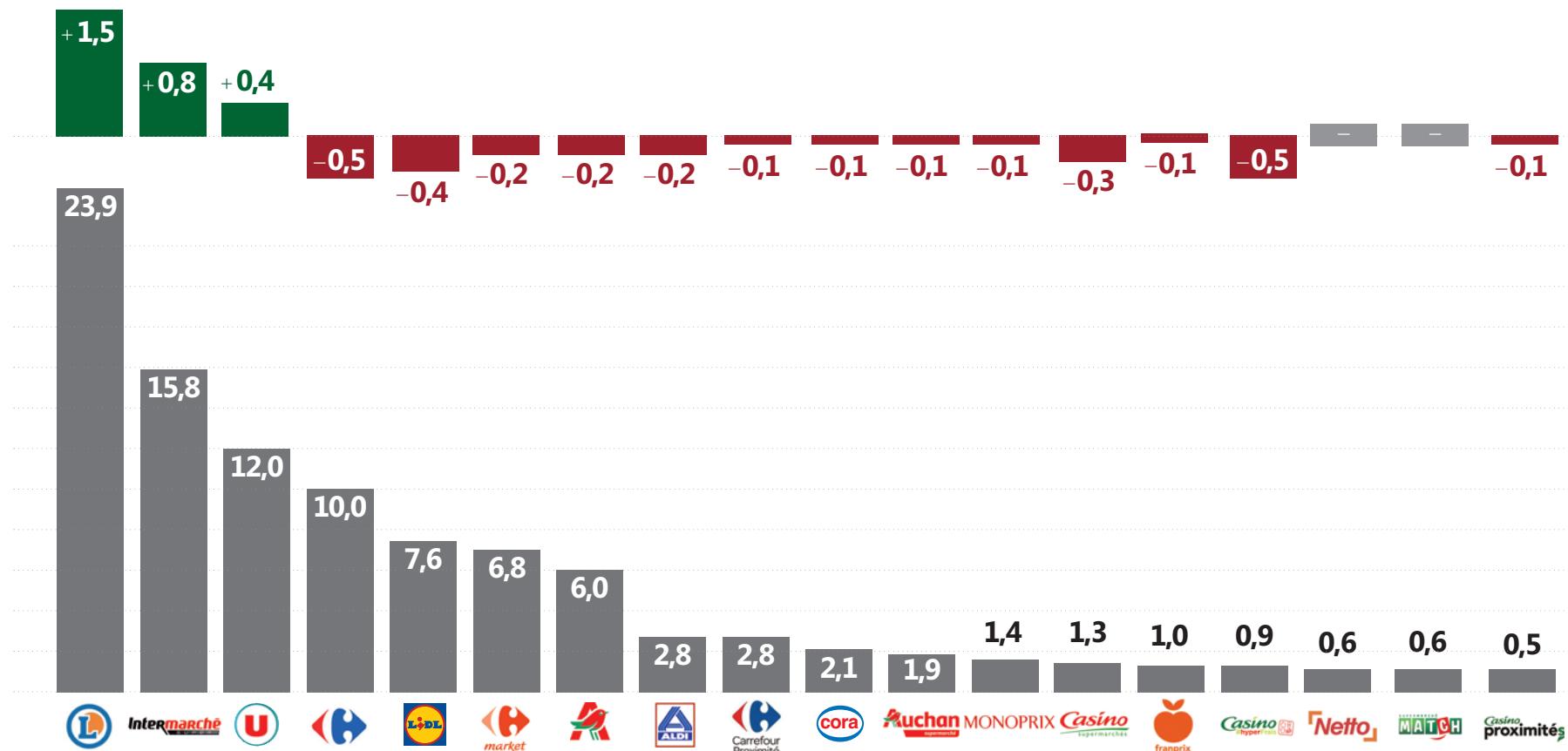
LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P2

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

KANTAR

Évolution
vs P2 2023



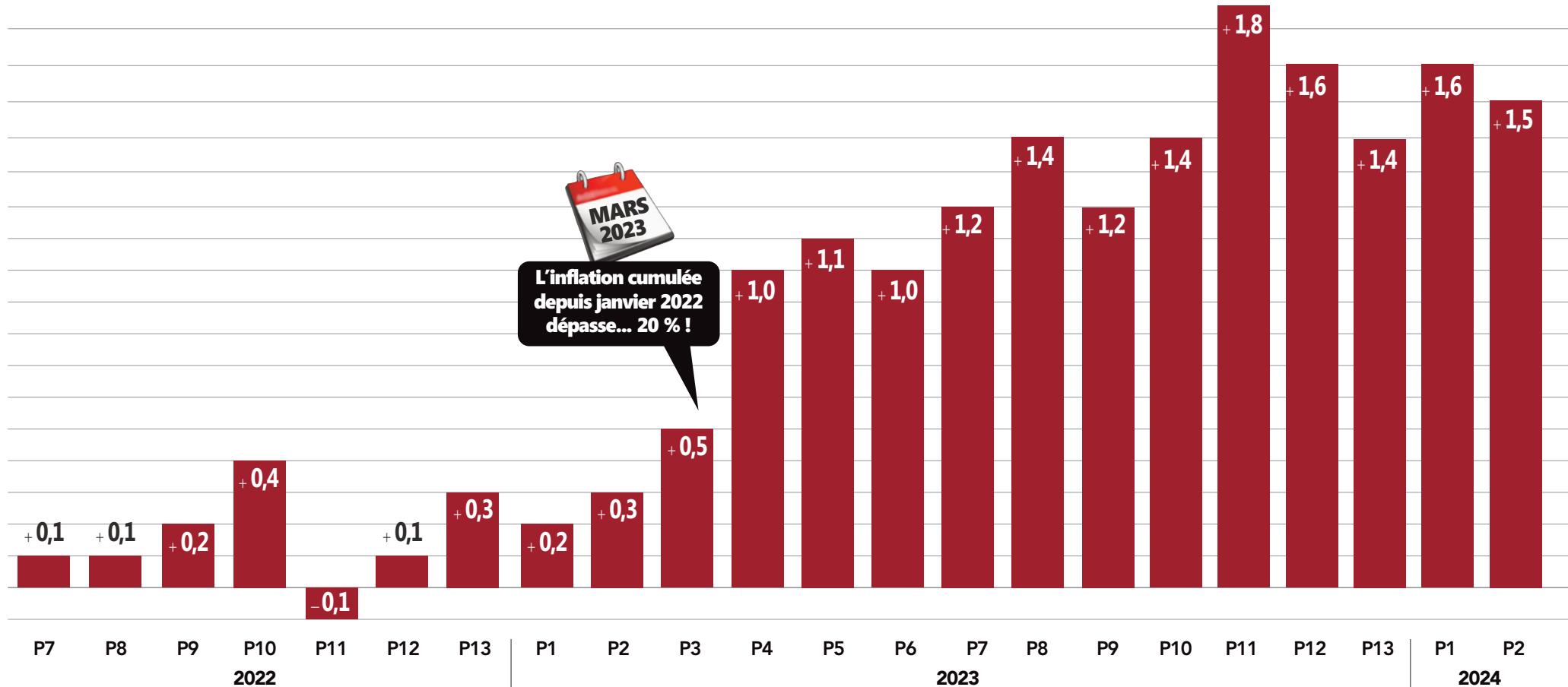
Évolution vs P2 2022

+1,8 +1,2 +0,5 -0,4 -0,5 -0,1 -0,4 -0,1 0 -0,1 -0,4 -0,2 -0,4 0 -0,9 +0,1 0 -0,1

L'ÉVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ DE LECLERC

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

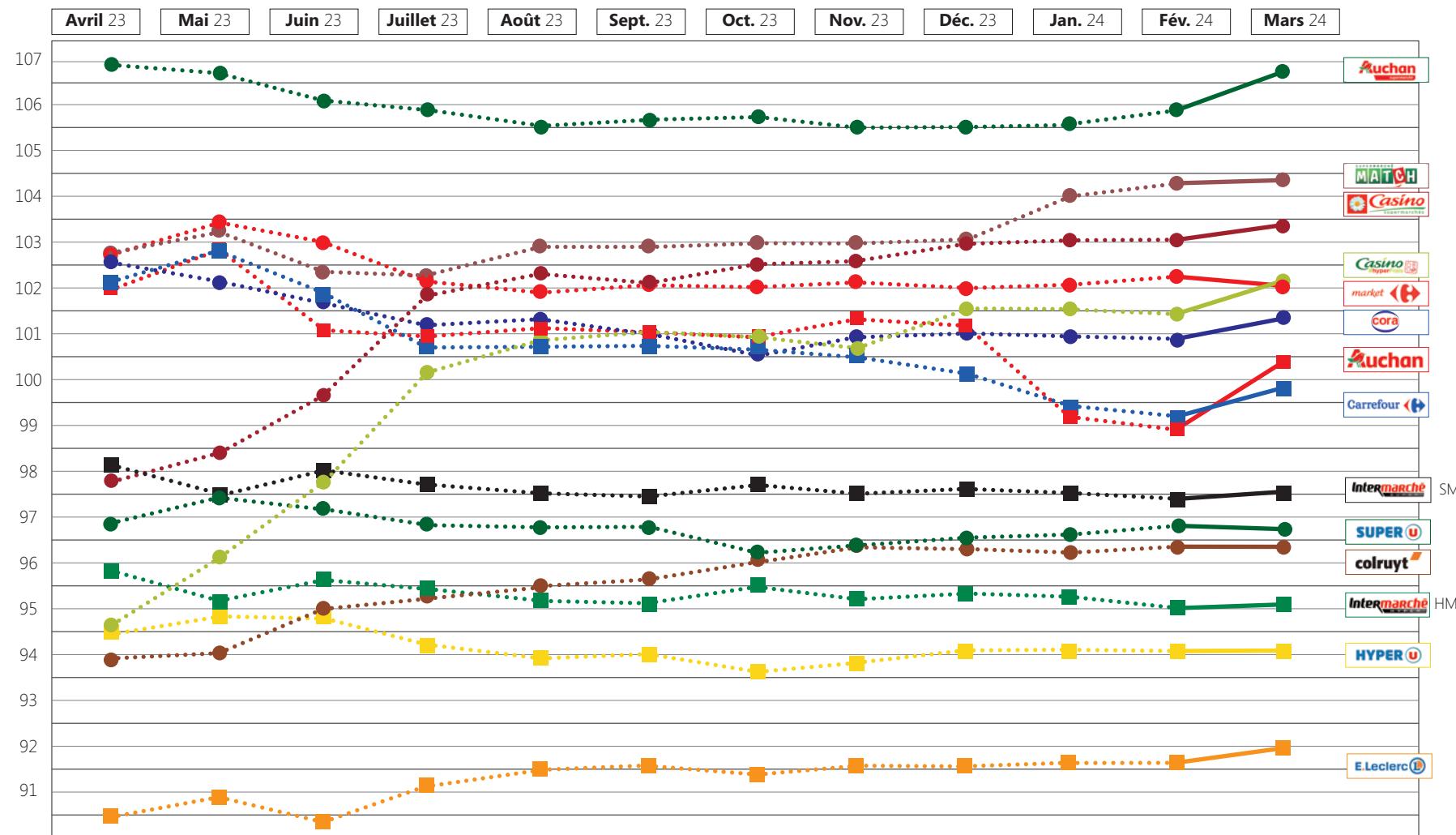
KANTAR



DISTRI PRIX MARS 2024

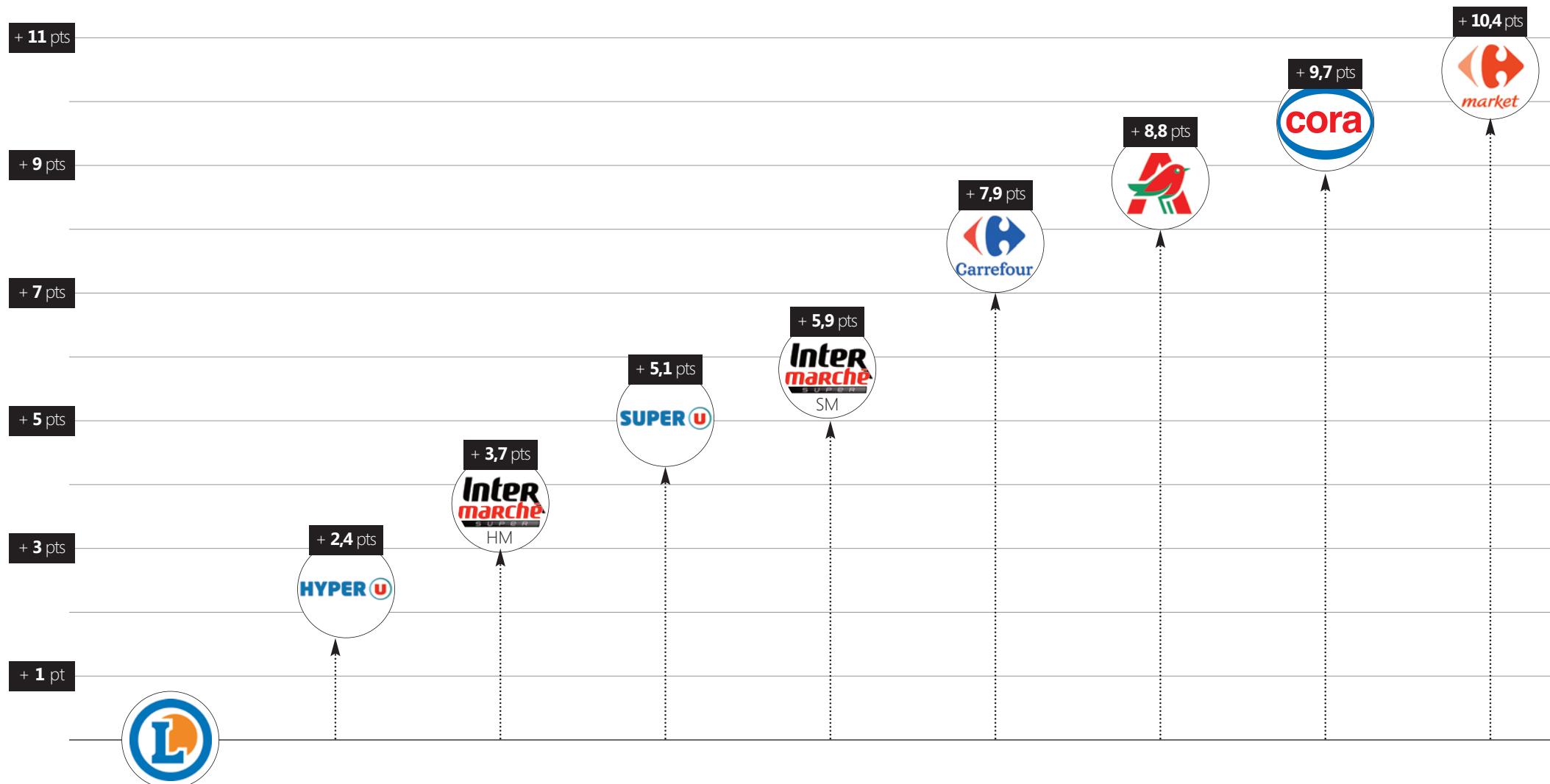
L'indice des prix drive hypers/supers

a3distrib
by NielsenIQ



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

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

→ **LES BONUS (DU MOIS)**

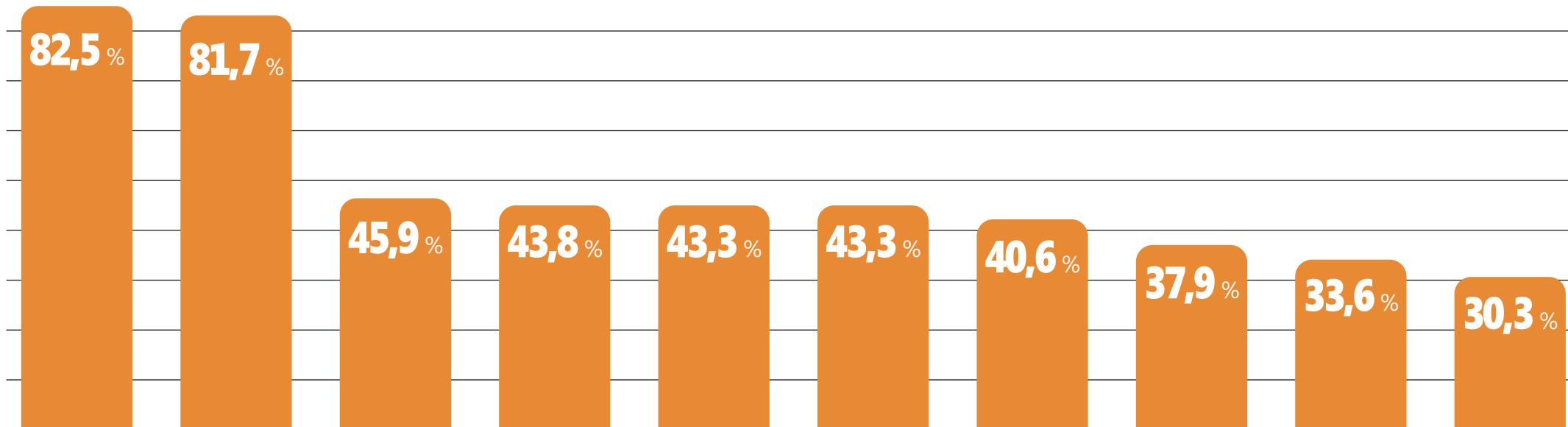
ENSEIGNE PAR ENSEIGNE, CE QUE PÈSENT LES MDD...

NielsenIQ

2023. Part de marché volume (UC) PGC Frais LS. Évolution vs 2022



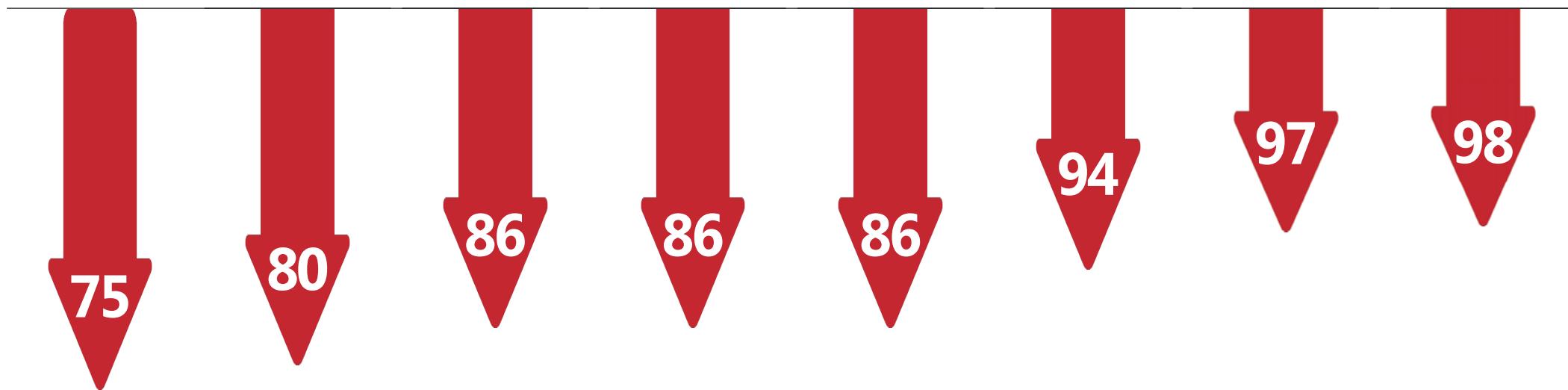
-1,5 pt + 0,9 pt + 2,6 pts + 2,0 pts + 4,1 pts + 2,1 pts + 2,1 pts + 2,0 pts + 1,7 pt + 1,8 pt



LA CHUTE DES PRODUITS FRAIS TRAD

Volumes de produits frais traditionnels achetés en P1 2024 vs moyenne P1 2018/2019, tous circuits

Base 100 (P1 2018/2019)



Indice P1 2024



Fromage



Poissonnerie



Charcuterie



Viandes



Fruits



Légumes



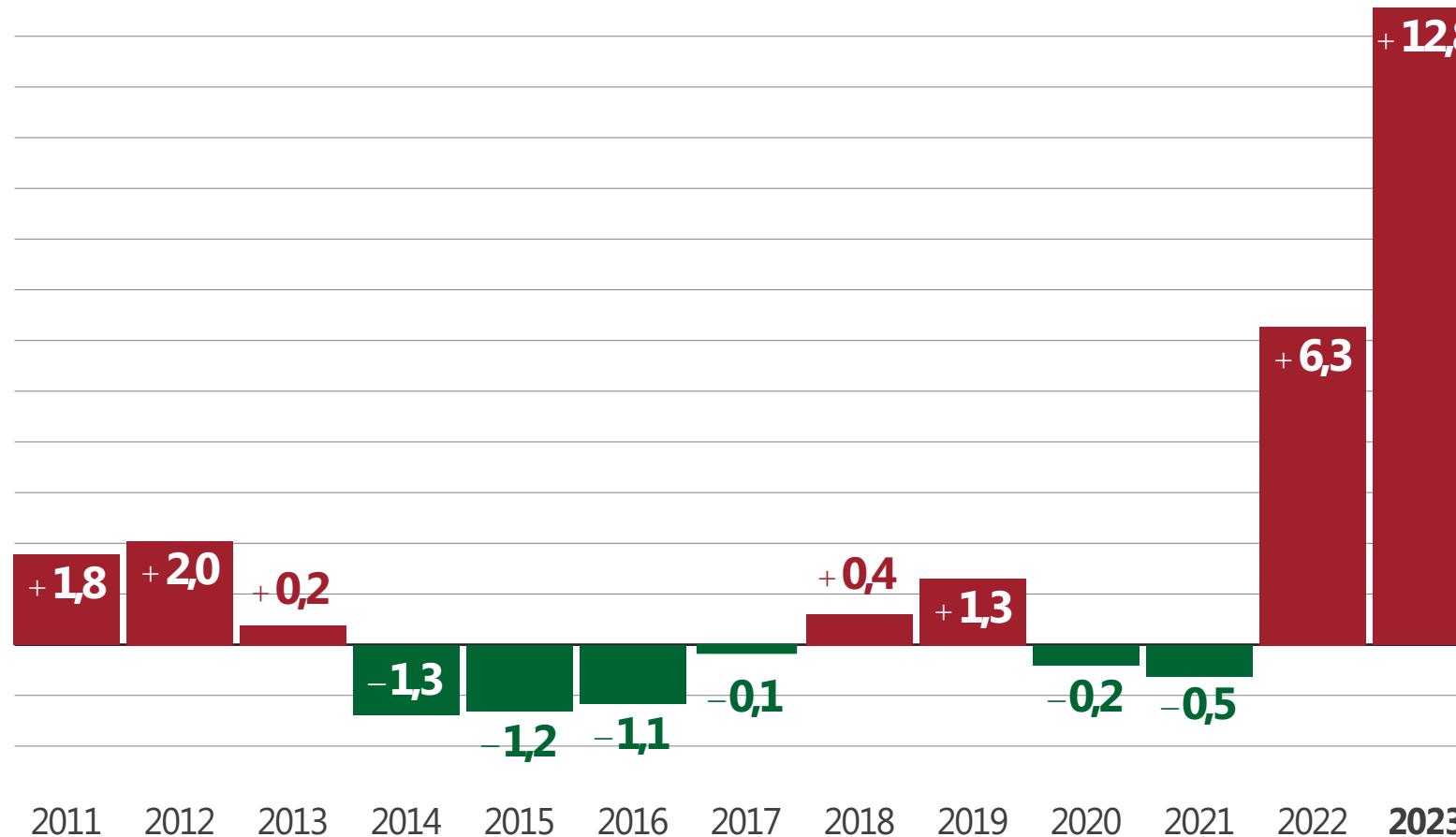
Traiteur



Volaille

INFLATION ET CONSO RESPONSABLE

> Inflation PGC Frais LS annuelle Tous circuits GSA, en %



La conso "responsable" en 2023 vs 2022



Évol en volumes, tous circuits GSA. PGC Frais LS

LE TAUX DE GÉNÉROSITÉ PROMO DU DPH (JANVIER 2024)

Niveau de remise affichée, HM SM+SDMP, Janvier 2024 vs n-1

a3distrib
by NielsenIQ

Lames et rasoirs



53,1%
+ 10 pts

Après-shampooing



47,7%
+ 8,6 pts

Couches Culot.



43,5%
+ 5,4 pts

MOYENNE DPH

37,5%
+ 4,4 pts

Lessive



43,5%
+ 6,1 pts

Produits lave-vaisselle



42,1%
+ 6,5 pts

Bain douche

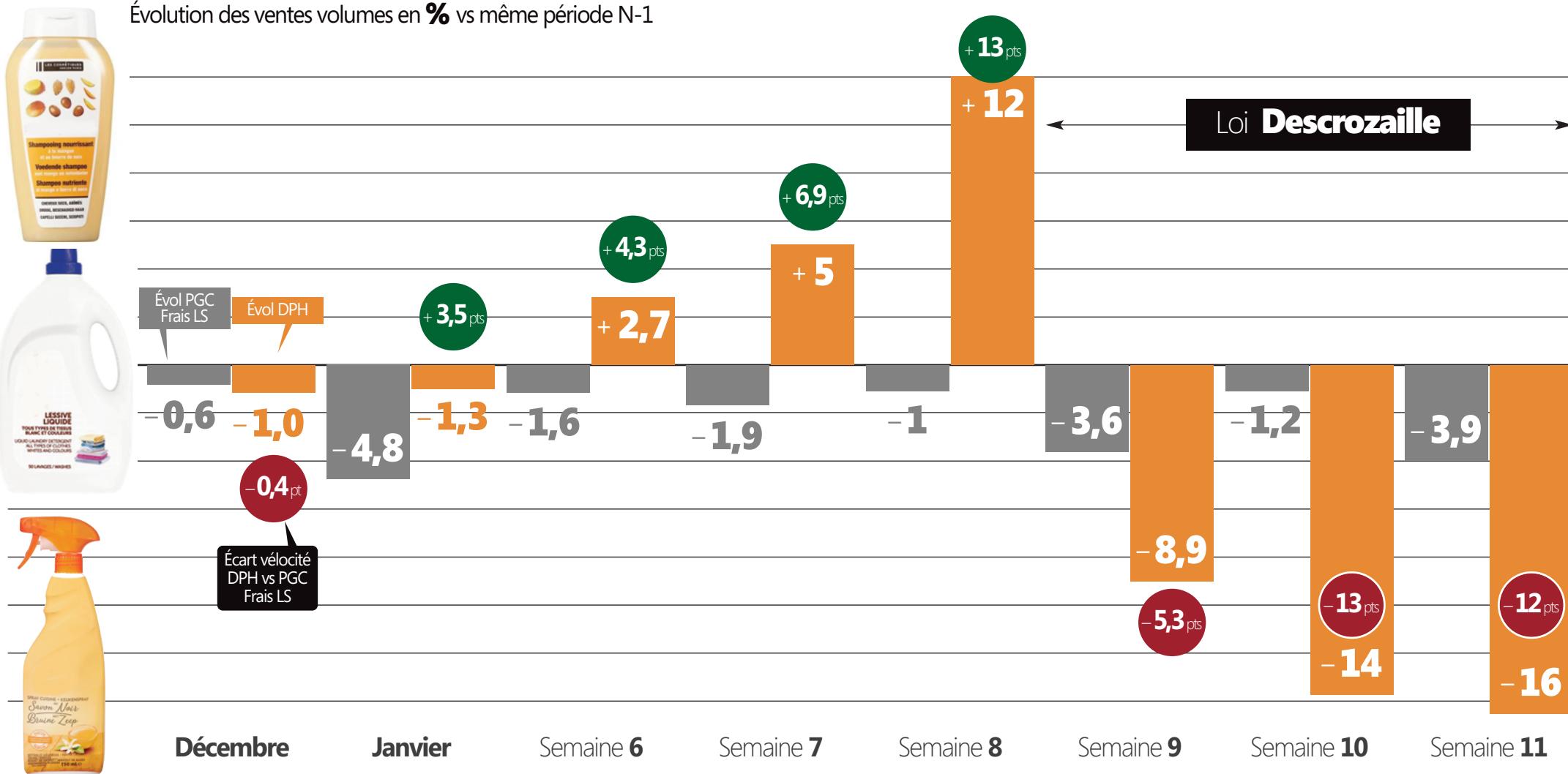


39,1%
+ 2,0 pts

DPH : L'ÉVOLUTION DES VOLUMES AVANT ET APRÈS DESCROZAILLE



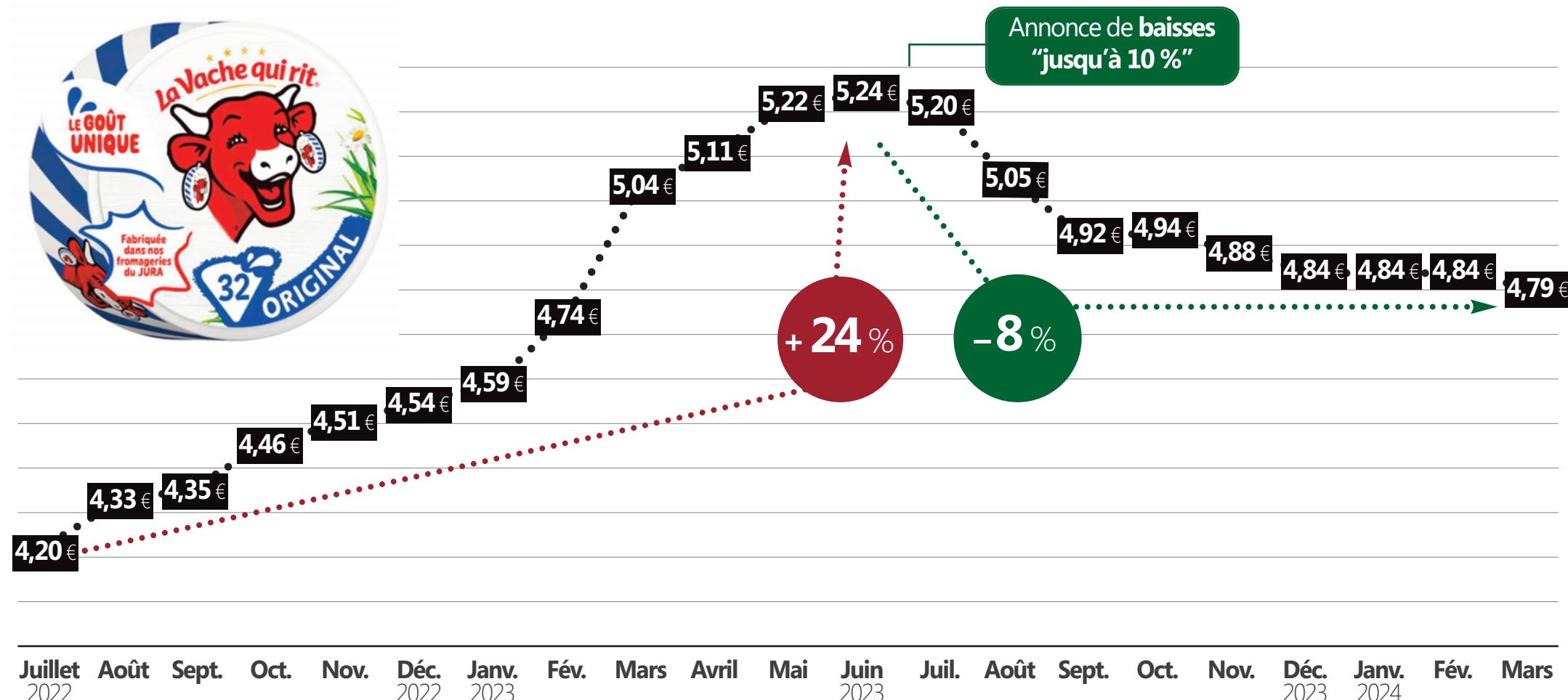
Évolution des ventes volumes en % vs même période N-1



VACHE QUI RIT : LA BAISSE DE PRIX ANNONCÉE A-T-ELLE EU LIEU ?

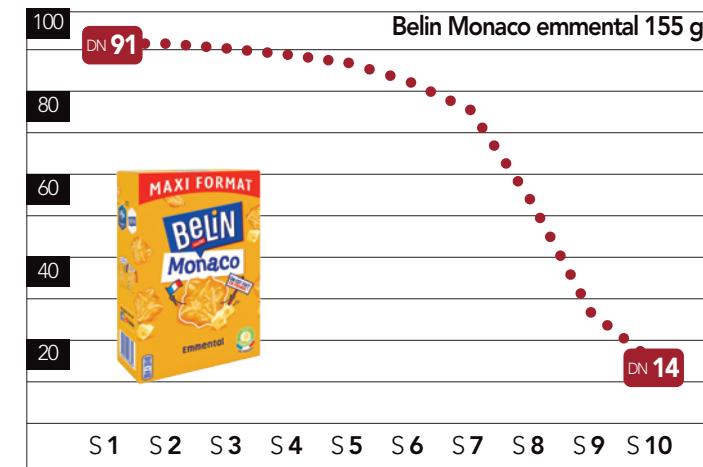
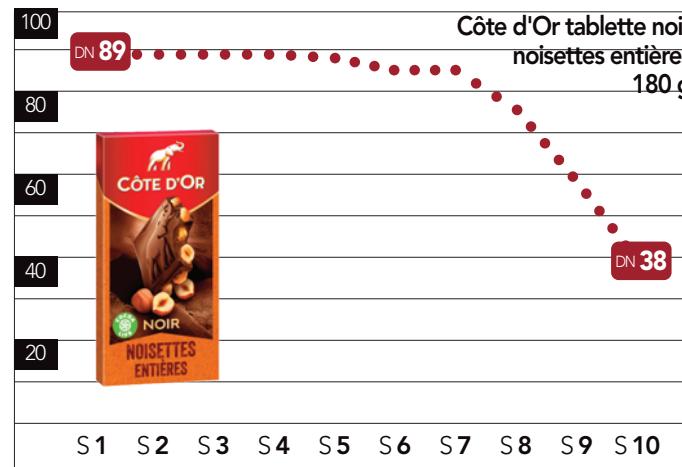
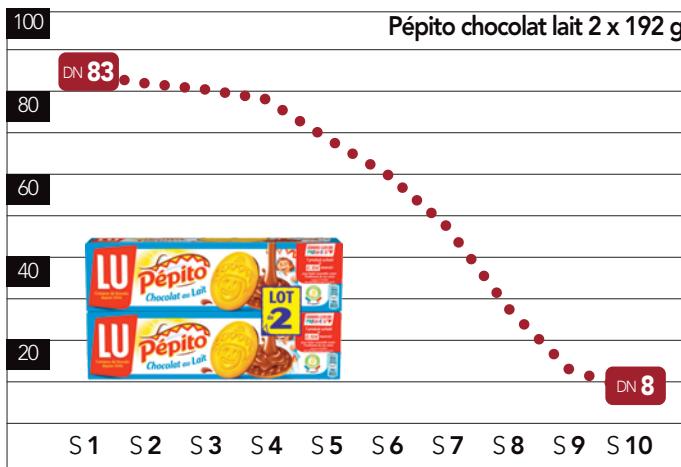
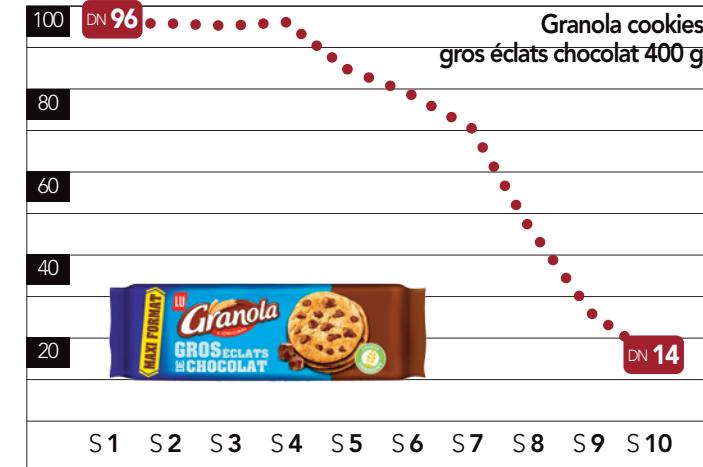
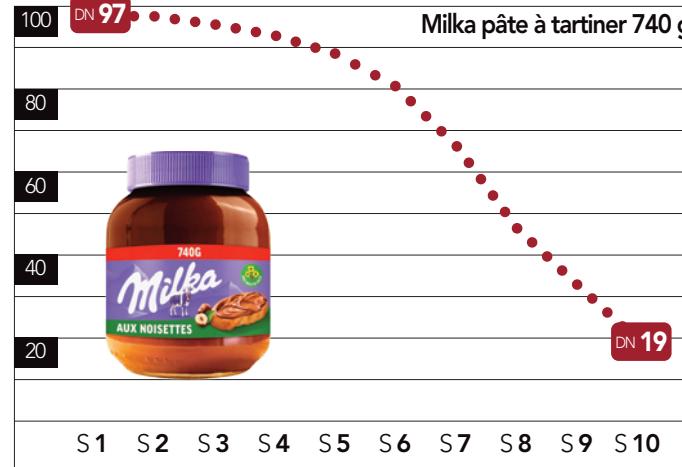
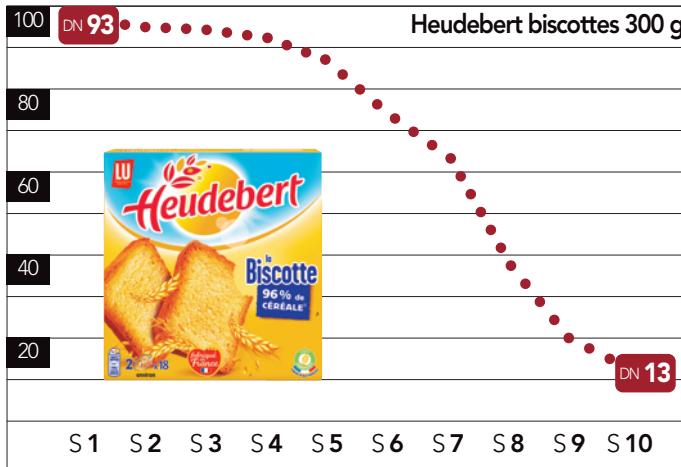
Prix relevés sur 7 000 drives, Vache qui rit Original x 32

a3distrib
by NielsenIQ



LA DIFFUSION DES PRODUITS MONDELEZ CHEZ LECLERC

Diffusion numérique (DN) : % de points de vente proposant le produit
Relevé en drives le 7 mars et pointage à la semaine (de S 1 à S 10)



LECLERC DRIVE EN 2023 : CHIFFRES-CLÉS



LES UTILISATEURS ACTIFS DE L'APPLI "MON LECLERC"

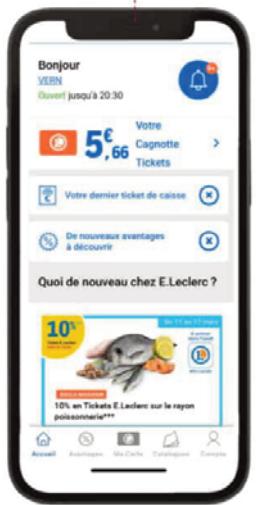
1,27 M.



1,27 M.



1,79 M.



2,90 M.



4,10 M.



4,52 M.



JANV. 2022

MAI 2022

Nov. 2022

MARS 2023

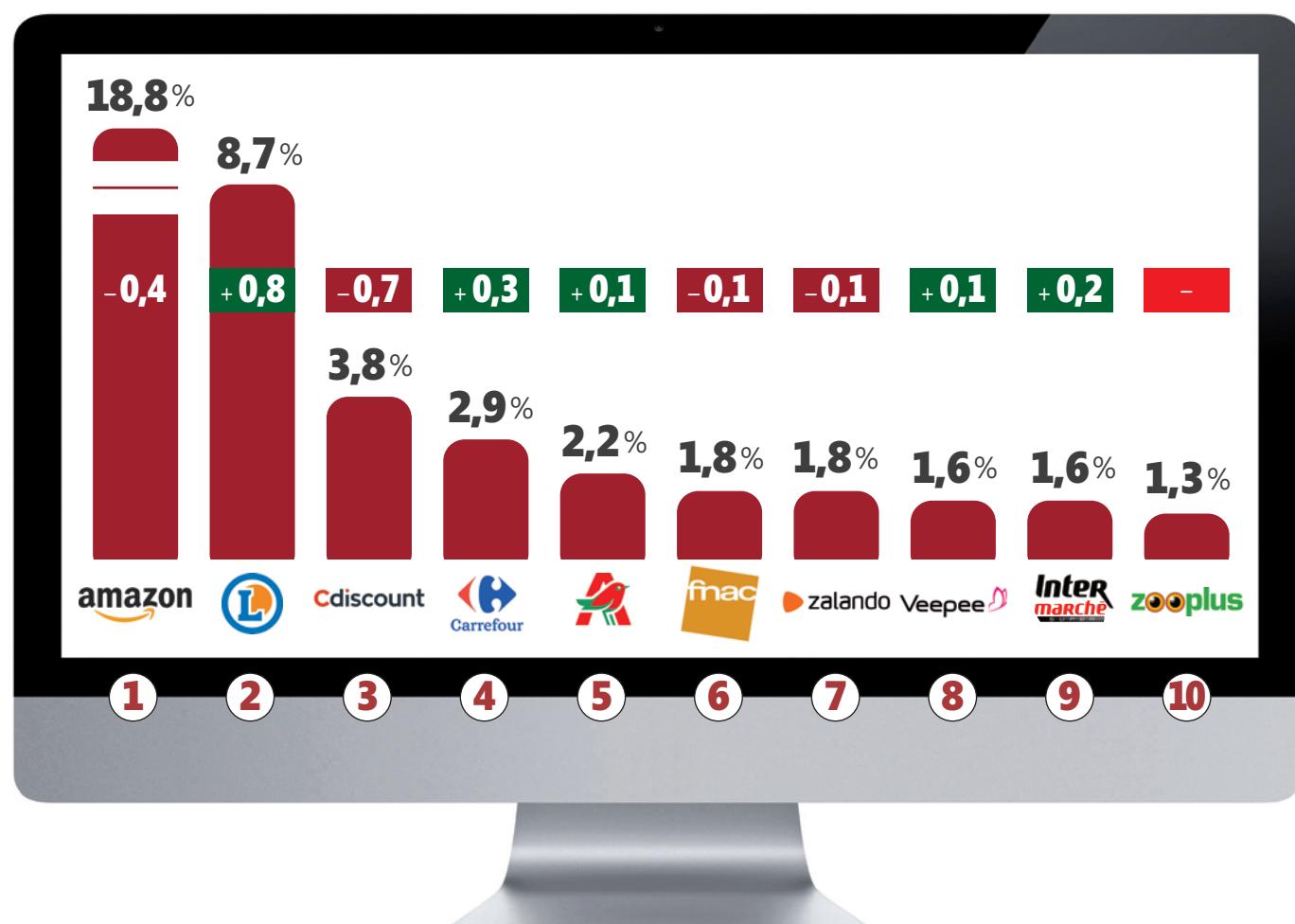
Oct. 2023

Fév. 2024

PARTS DE MARCHÉ ON-LINE 2023

E-commerce, hors services. En valeur, évolution en pt vs 2022

KANTAR



PÉNÉTRATION, TRANSACTIONS, PANIER : LES CHIFFRES DE TEMU

Source : Circana 360, 2023, total France



PÉNÉTRATION

11,2 %

Part de foyers
acheteurs

TRANSACTIONS

x 4,1

Nombre d'achats
sur l'année

PANIER MOYEN

23 €

La dépense
par transaction

PROCHE DE...



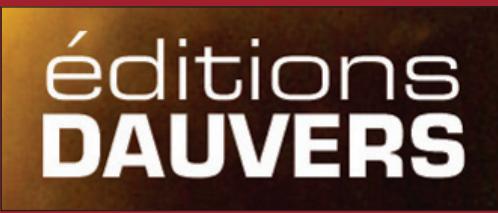
11,6 %



x 4,7



23 €



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

www.olivierdauvers.fr