

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Avril 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 ;-)

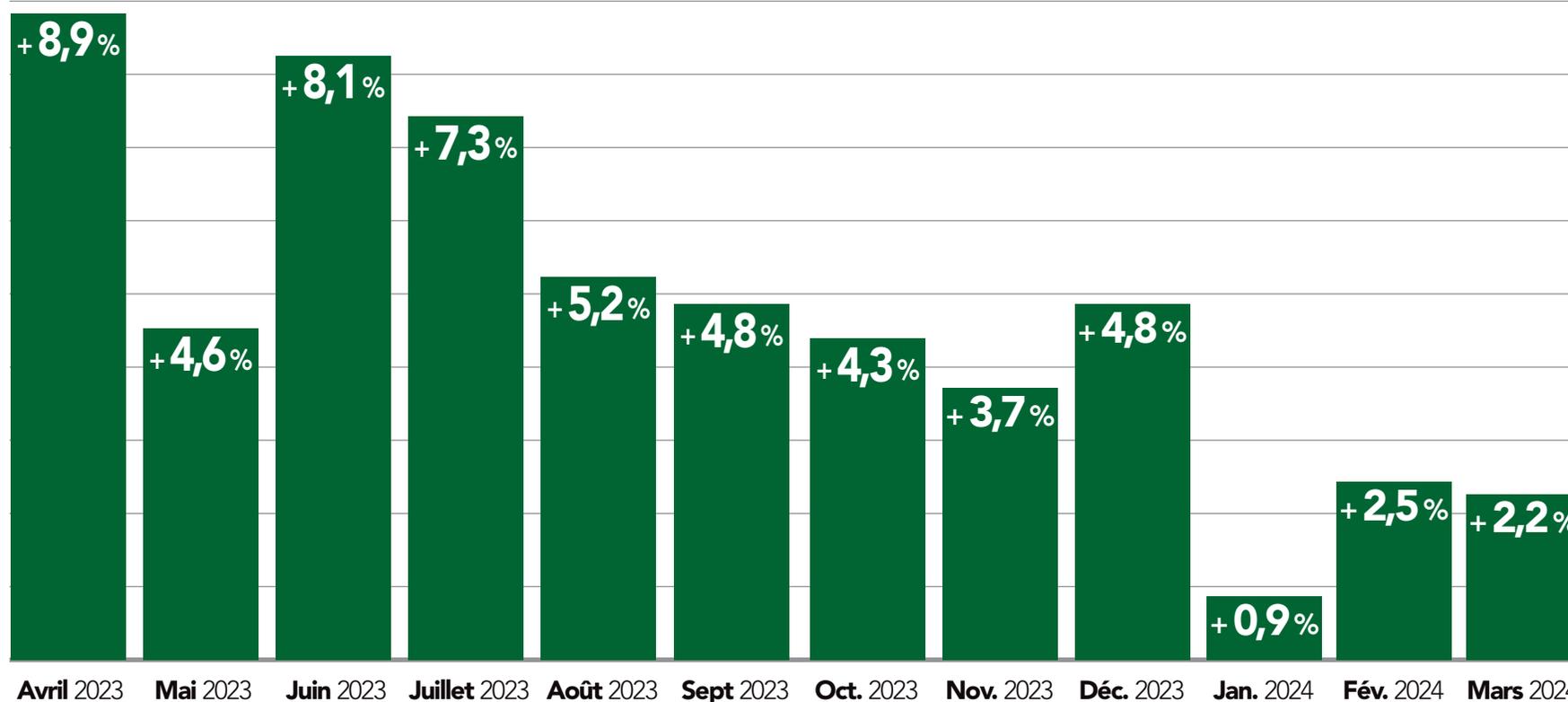
VIGIE GRANDE CONSO



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

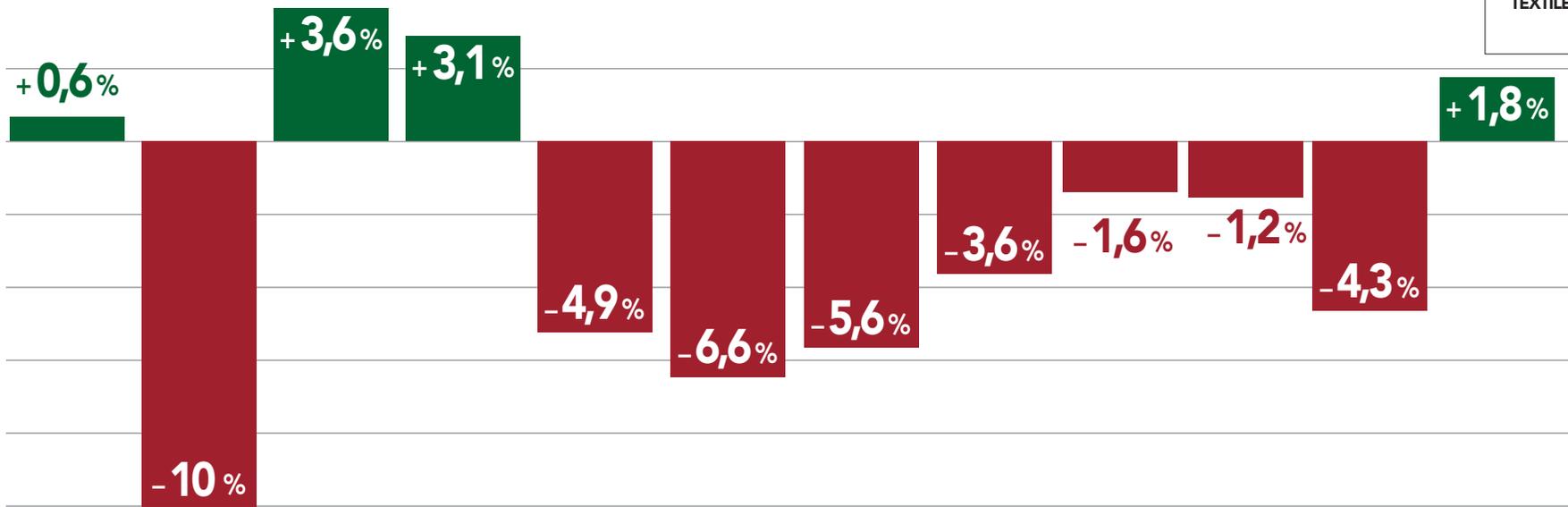
+ 2,0%

ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



MAISON		+ 0,9%
JARDIN ANIMALERIE		- 4,6%
SPORTS LOISIRS, JEUX		+ 6,3%
CULTURE		+ 0,8%
TEXTILE		+ 1,6%



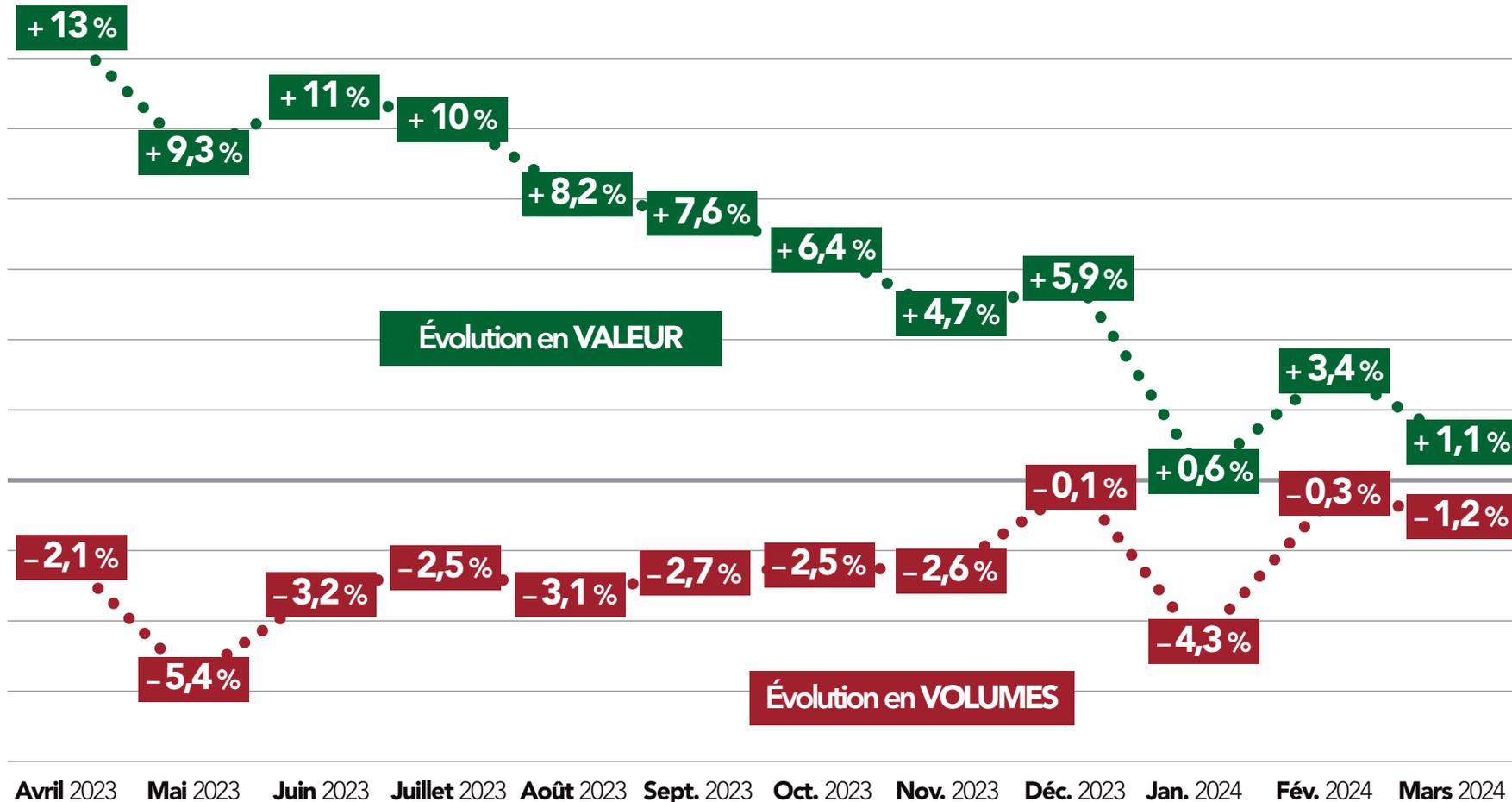
CUMUL 2024

en valeur

-1,0%

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2024

en valeur

+ 1,6%

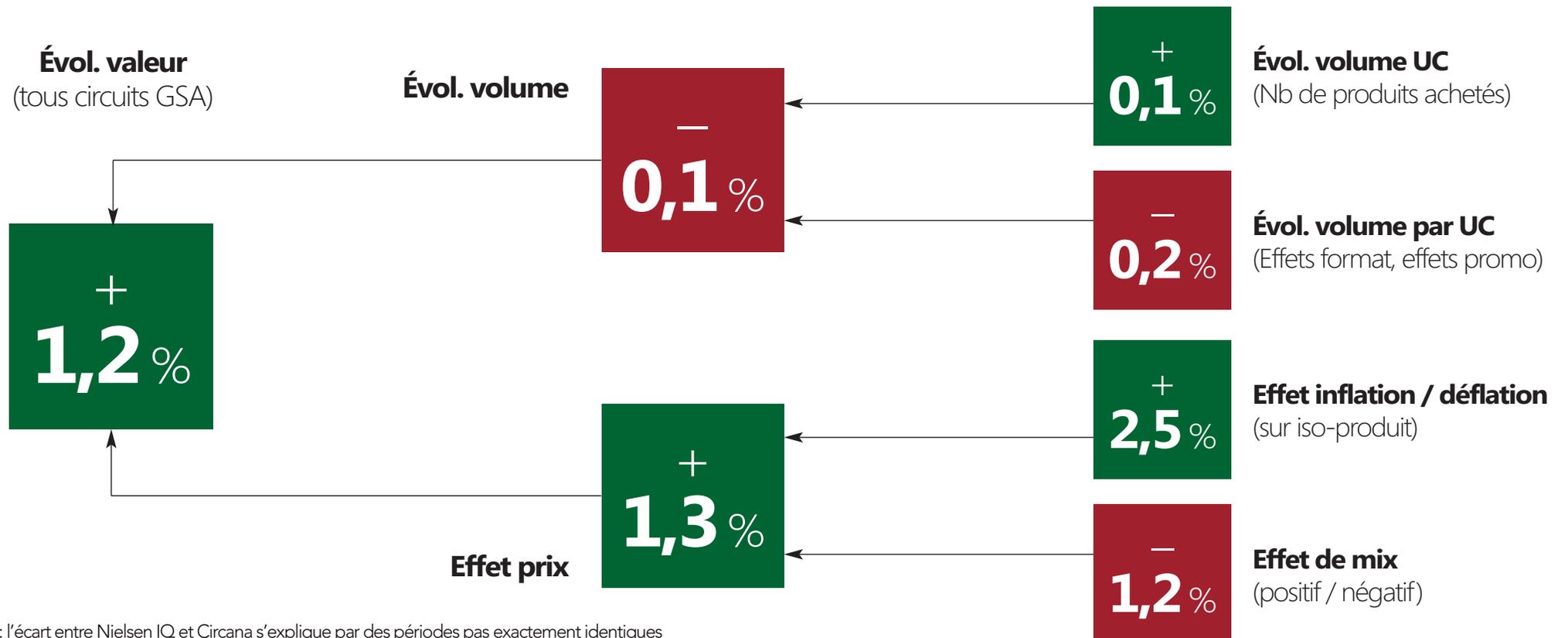
en volumes

- 1,9%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

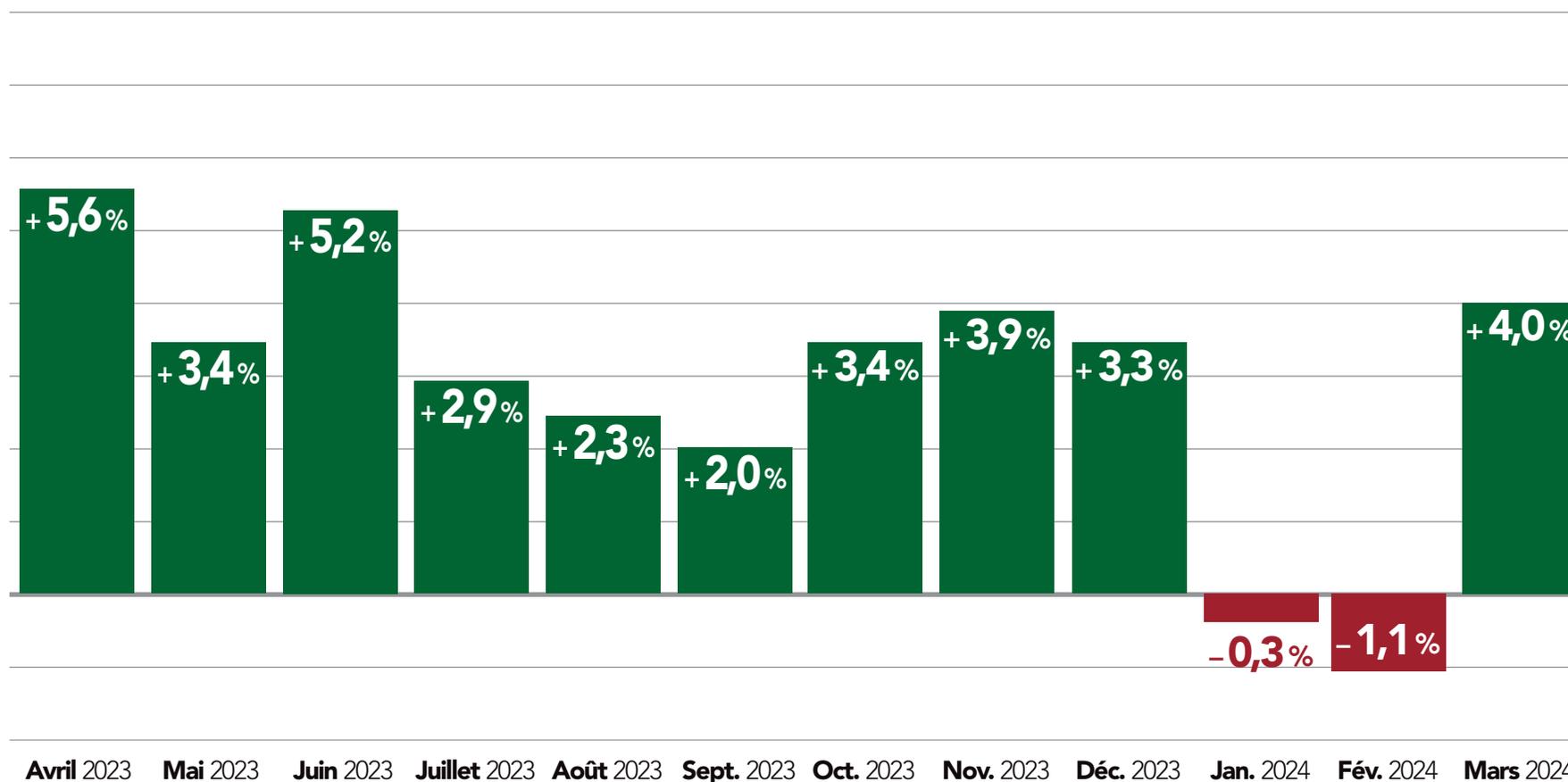
P3 2024, PGC Frais LS



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



CUMUL 2024

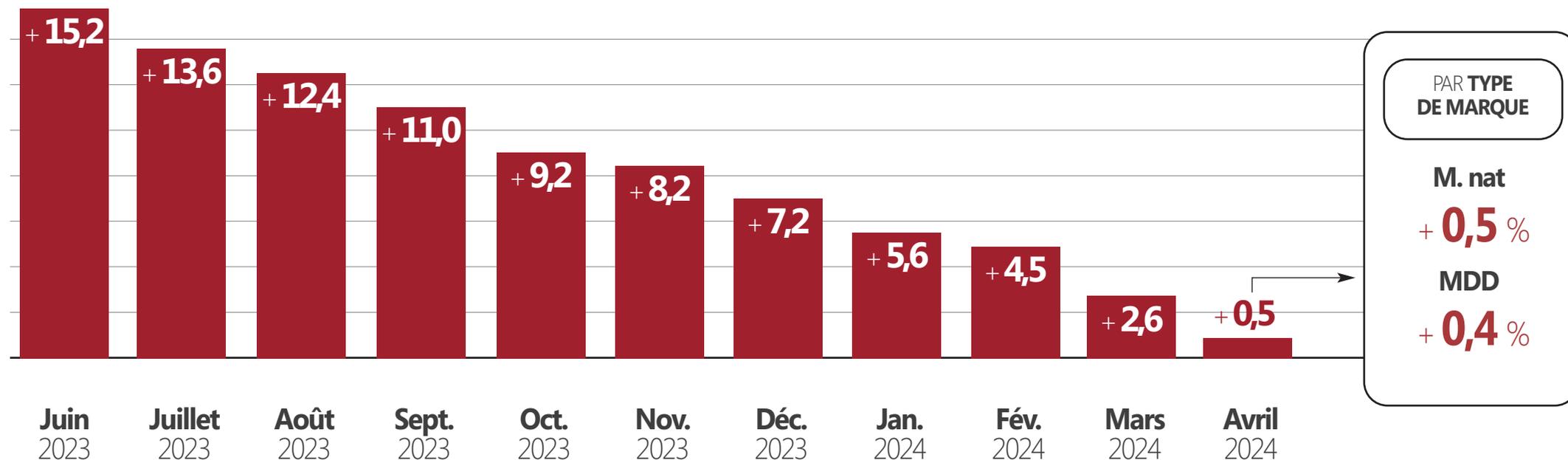
en valeur

-0,7%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



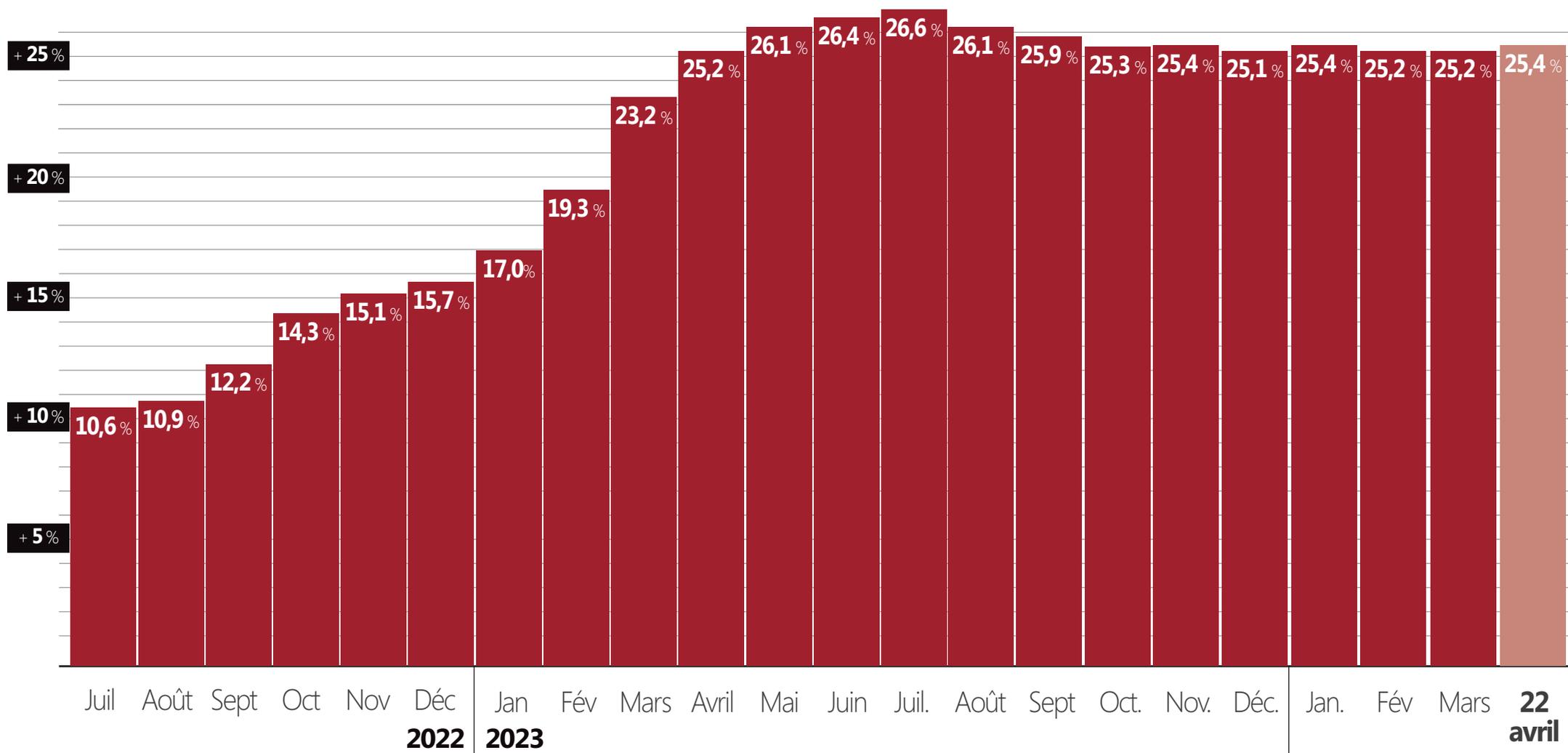
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

a3distrib
by NielsenIQ

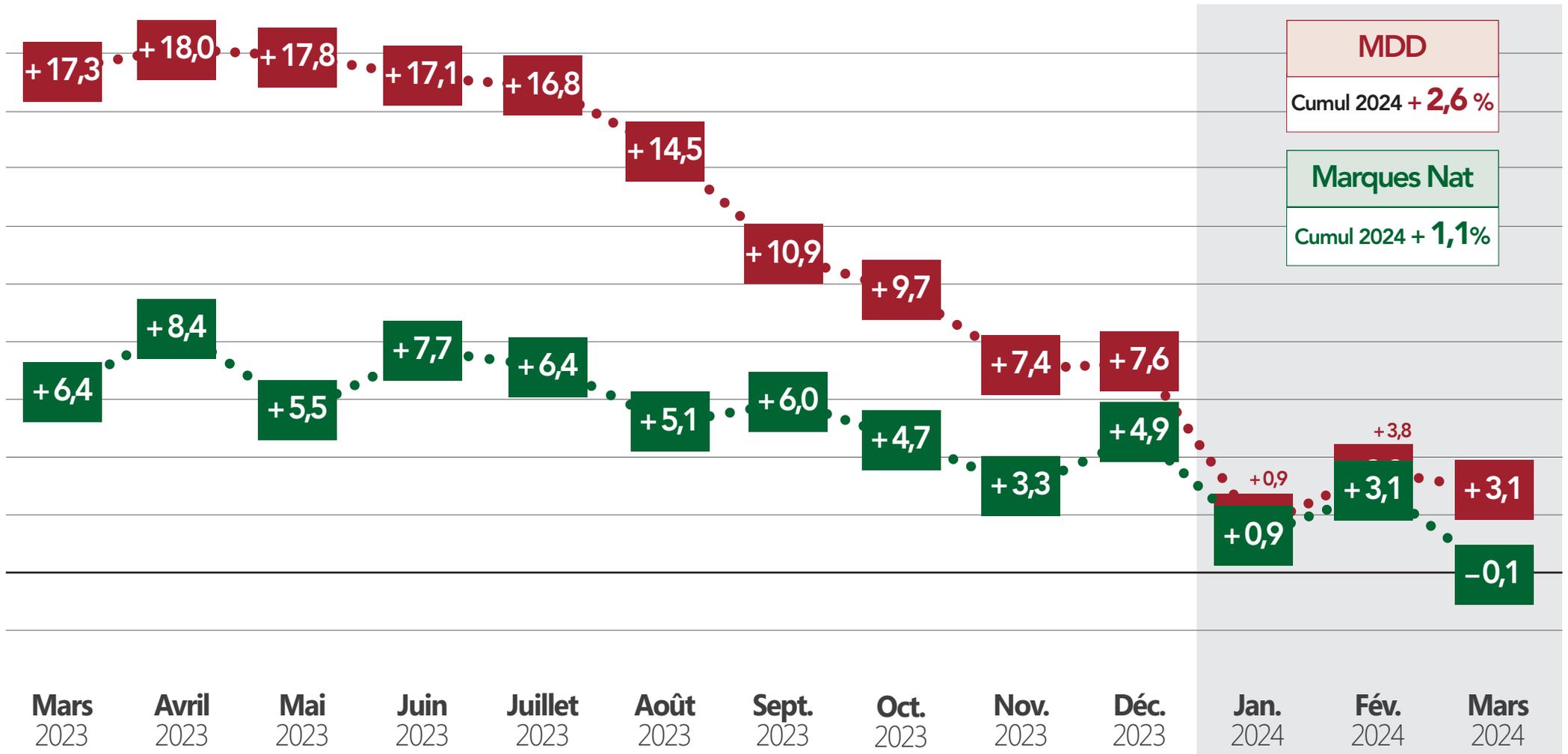
Prix relevés sur 7 000 drives, inflation vs 1^{er} janvier 2022



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



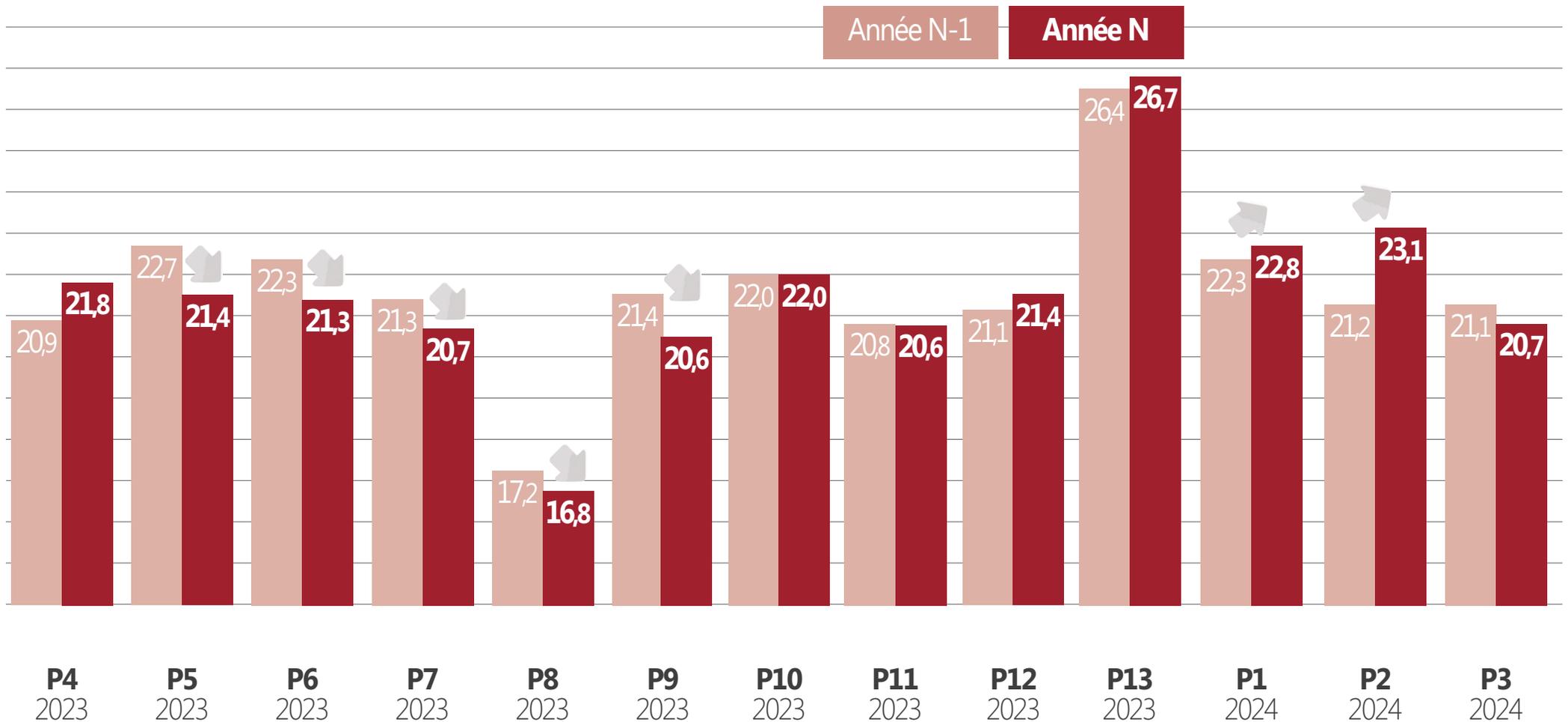
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

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



ame d'artisan,
personnalité innovante



Fabio
Coordinateur technique



TCOM
SYSTEM



arneg

FRANCE

*Nous prenons tout le temps
qu'il faut pour penser
une nouvelle technologie*

IL NE VOUS FAUT QUE 45 MINUTES
POUR QUE VOTRE VITRINE CHAUDE
SOIT À LA BONNE TEMPÉRATURE.
VOIRE ZÉRO SI VOUS AVEZ LE BON PLAN.



La ligne de vitrines London 4 peut être équipée du **TCOM SYSTEM**, la technologie de chauffage innovante et brevetée.

Elle atteint sa température de fonctionnement en **45 minutes au lieu de 3 heures**, et, si cette technologie est associée au plan chauffé, la mise en température est même **réduite à ZÉRO**, ce qui garantit une faible consommation et une température homogène.

EN SAVOIR PLUS

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P3 2024



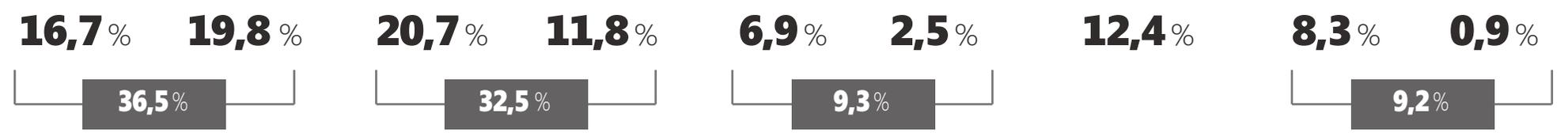
% des ventes sur PGC Frais LS

VALEUR



Évol
du CA

% des
ventes



L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAD P3 2024

NielsenIQ

% des ventes sur PGC Frais LS

VALEUR



HM > 7 500 m² HM < 7 500 m²

-1,1% +5,1%



SM > 2 000 m² SM < 2 000 m²

+3,8% -1,5%



Urbaine Rurale

+2,4% +4,1%



SDMP (Discount)

+1,4%

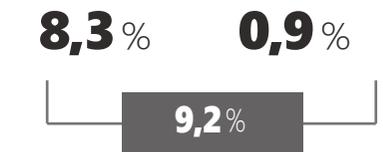
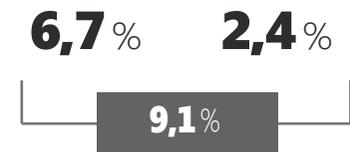
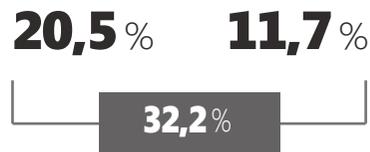
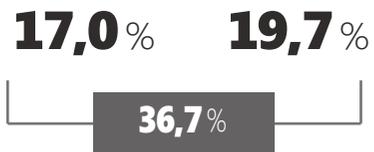


Drive LAD

+9,3% +6,5%

Évol
du CA

% des
ventes



L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P3 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-4,2%

+1,4%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+2,0%

-2,2%



Urbaine

Rurale

+1,8%

+3,5%



SDMP
(Discount)

-0,7%



Drive

LAD

+3,3%

+4,9%

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAD P3 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-5,2%

+1,0%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+0,7%

-3,5%



Urbaine

Rurale

-0,6%

+0,7%



SDMP
(Discount)

-0,1%



Drive

LAD

+4,1%

+1,9%

Évol
des
volumes

Tut Tut

LIVRAISON
COLLABORATIVE
ET RESPONSABLE

4,87/5



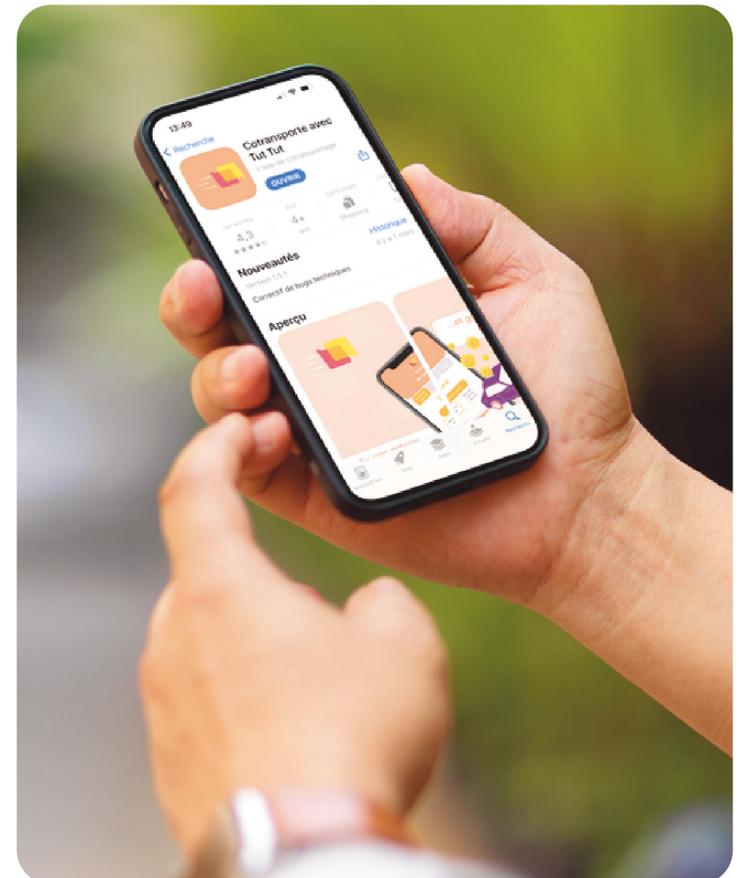
Satisfaction
clients livrés

8h-20h et 7j/7



Disponibilité
service support

Temps moyen décroché :
1 minute



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

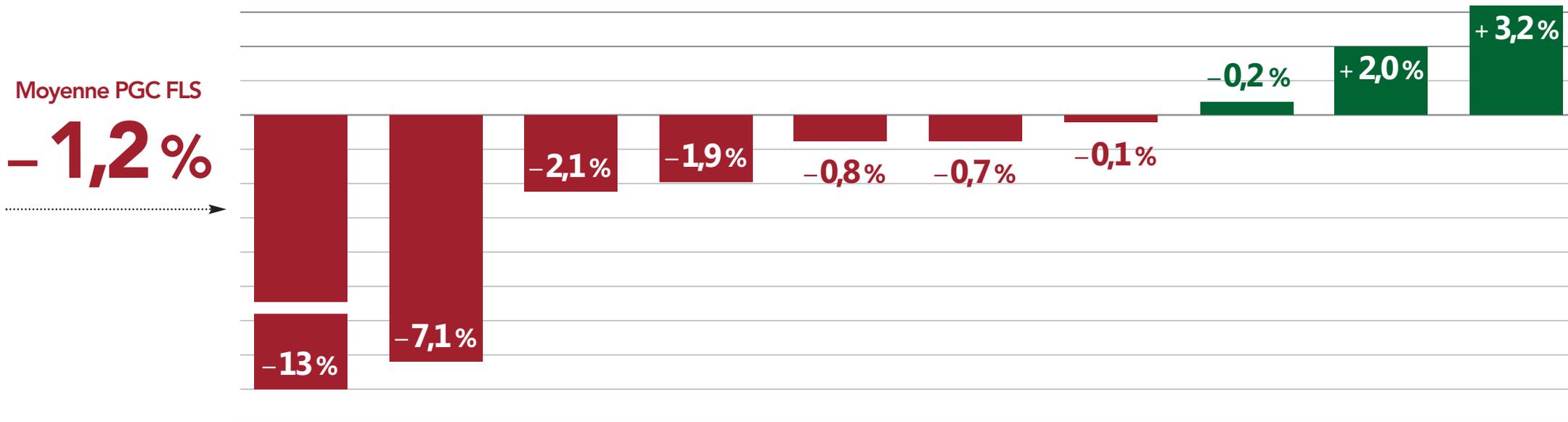
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

Mars 2024 vs N-1, tous circuits



Moyenne PGC FLS

-1,2%



L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



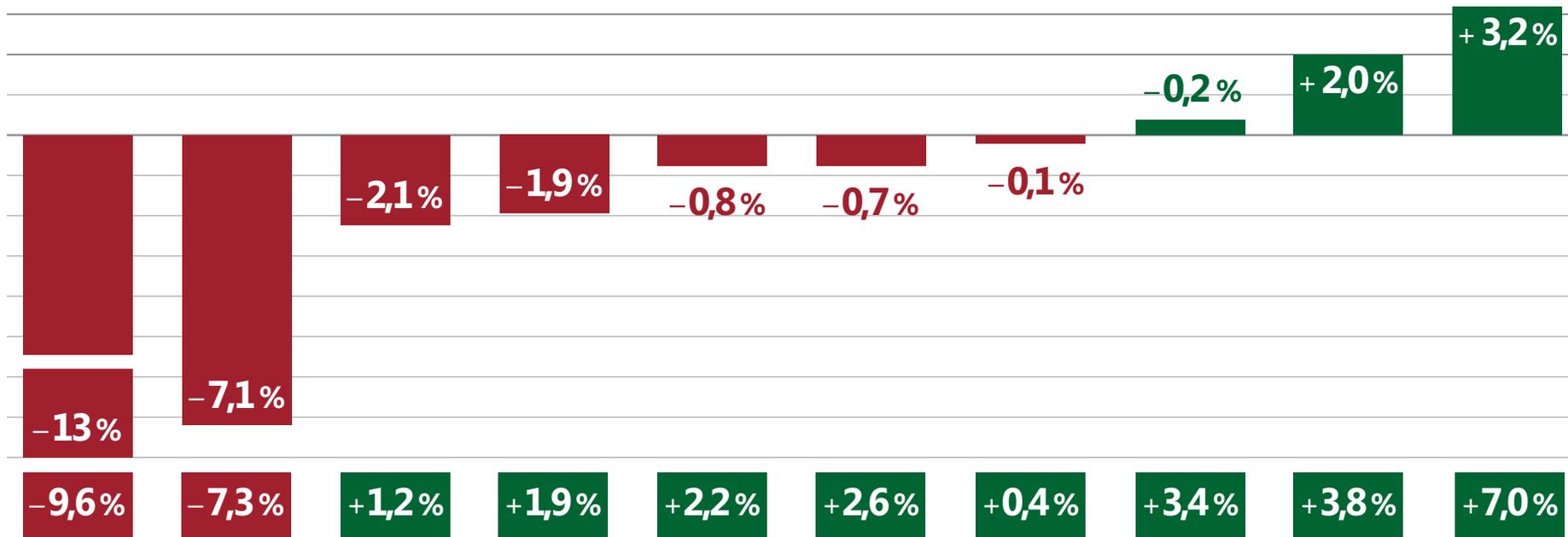
Mars 2024 vs N-1, tous circuits



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

Moyenne PGC FLS

-1,2%



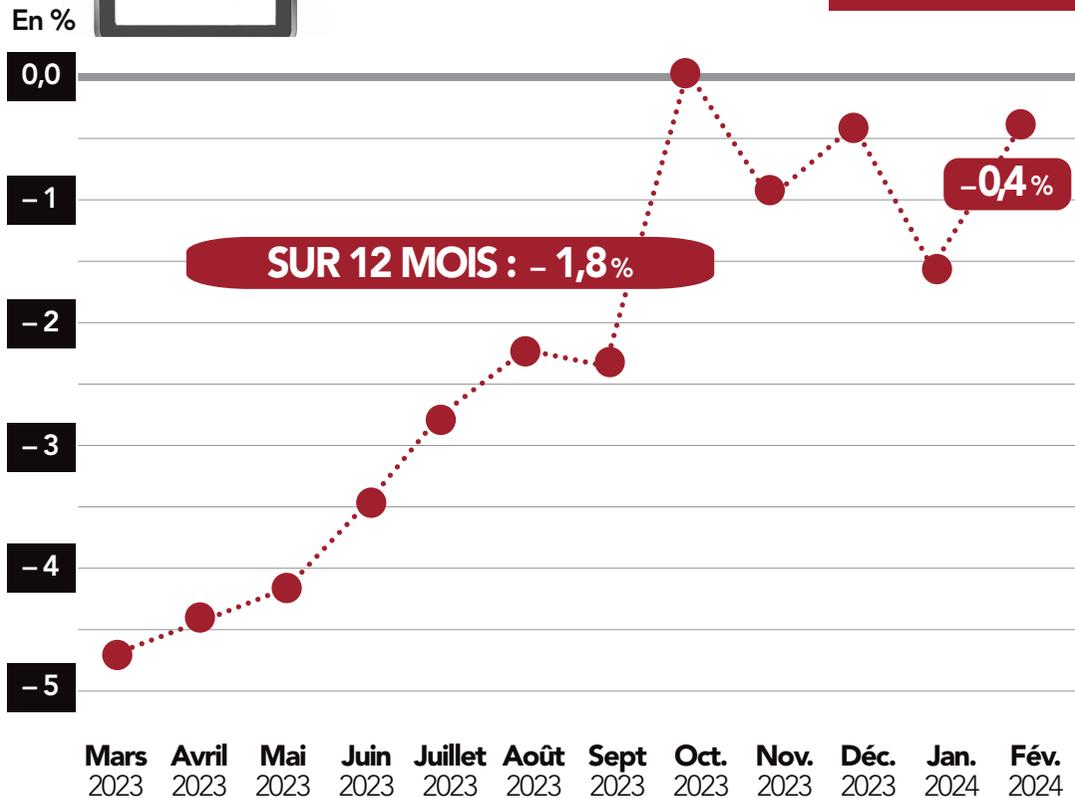
Évol CA

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

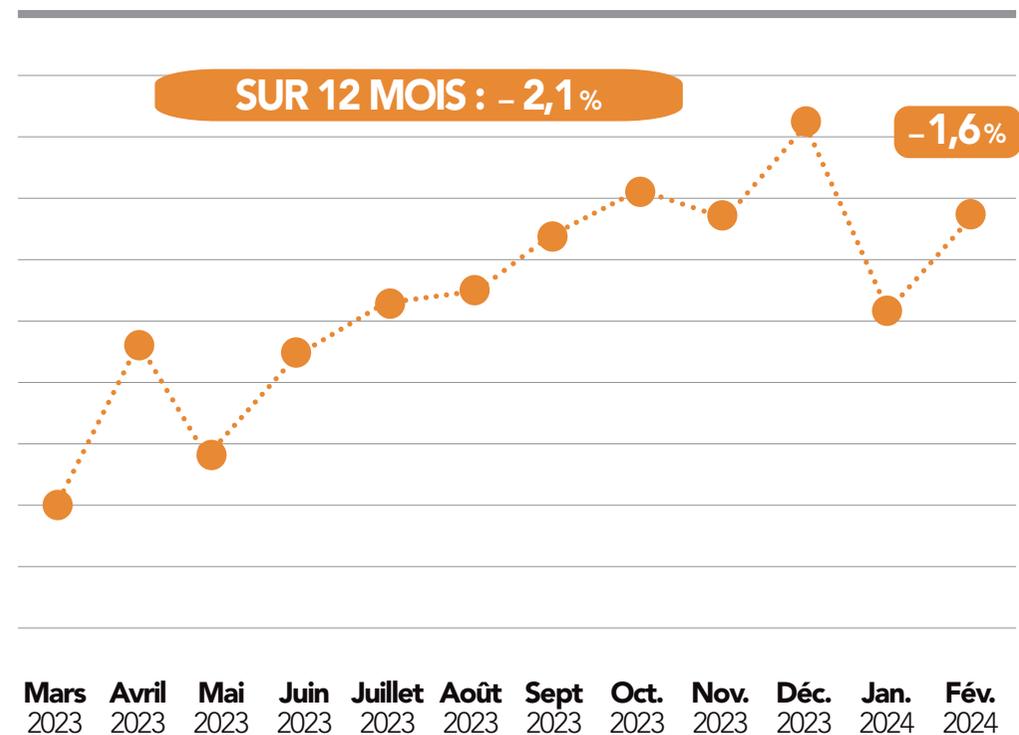
Evol. nombre d'EAN hebdo / Mag – PGC FLS



HYPERS



SUPERS



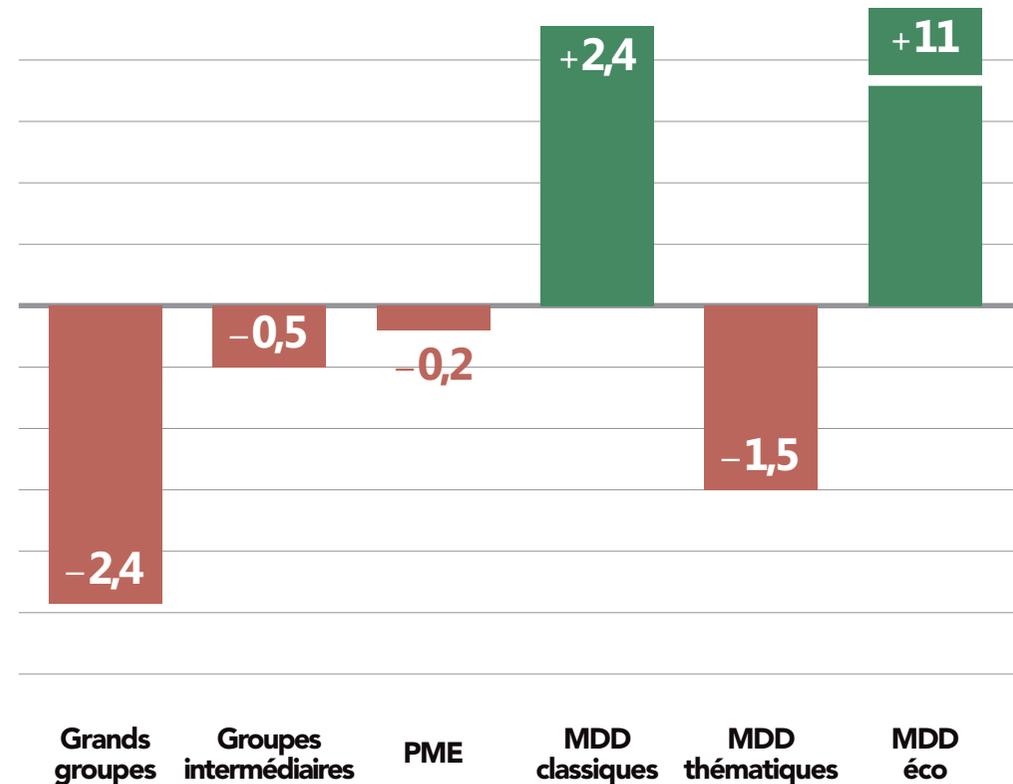
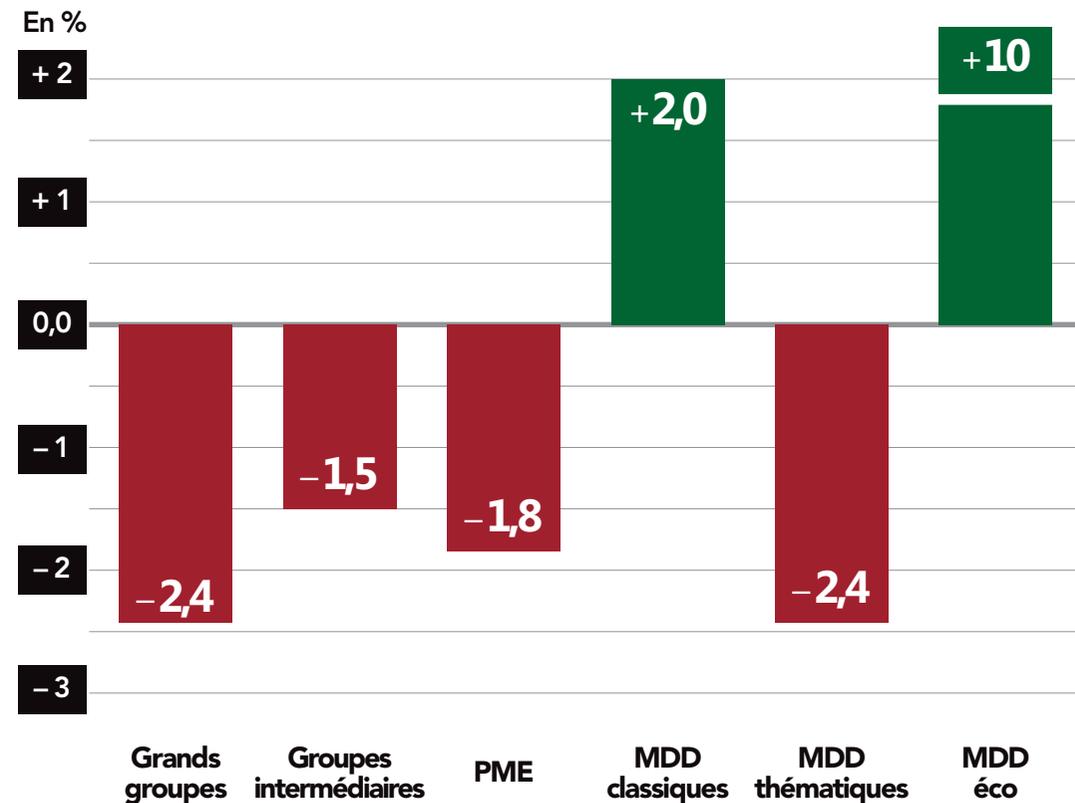
ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES



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

MARS 2024

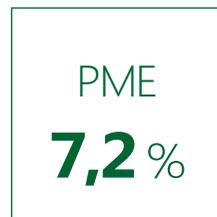
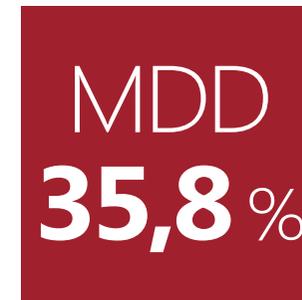
CUMUL JANVIER-MARS 2024



PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P3 2024, en valeur. Parts de marché et évolution des ventes



Évol
des ventes
(vs N-1)

- **1,1 %**

+ **3,0 %**

+ **0,9 %**

+ **0,5 %**

+ **4,0 %**

- **2,1 %**

+ **4,4 %**

+ **13 %**

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**



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

Des questions ? Besoin d'un devis gratuit ?



contact@winminute.com

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

➔ **LES ENSEIGNES**

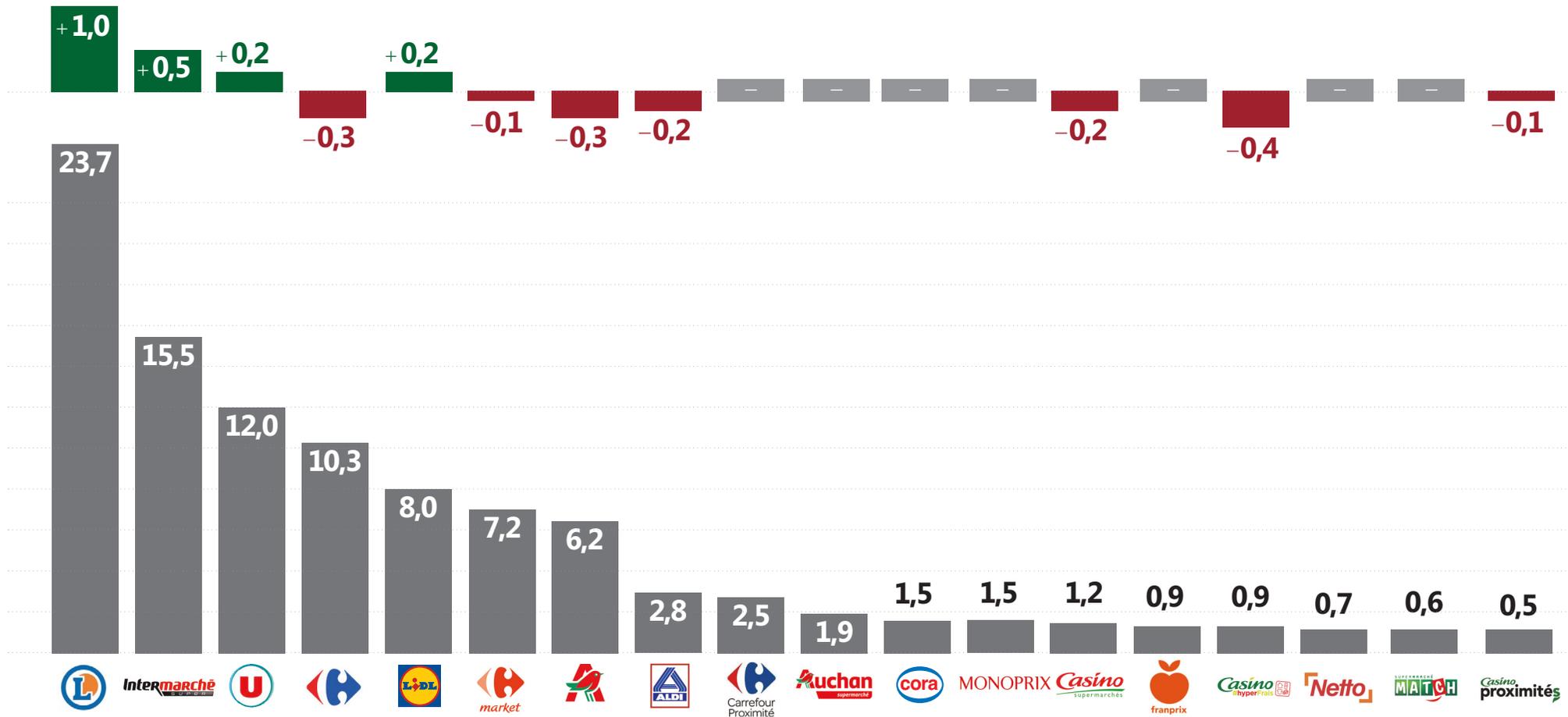
LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P3

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

KANTAR

Évolution
vs P3 2023

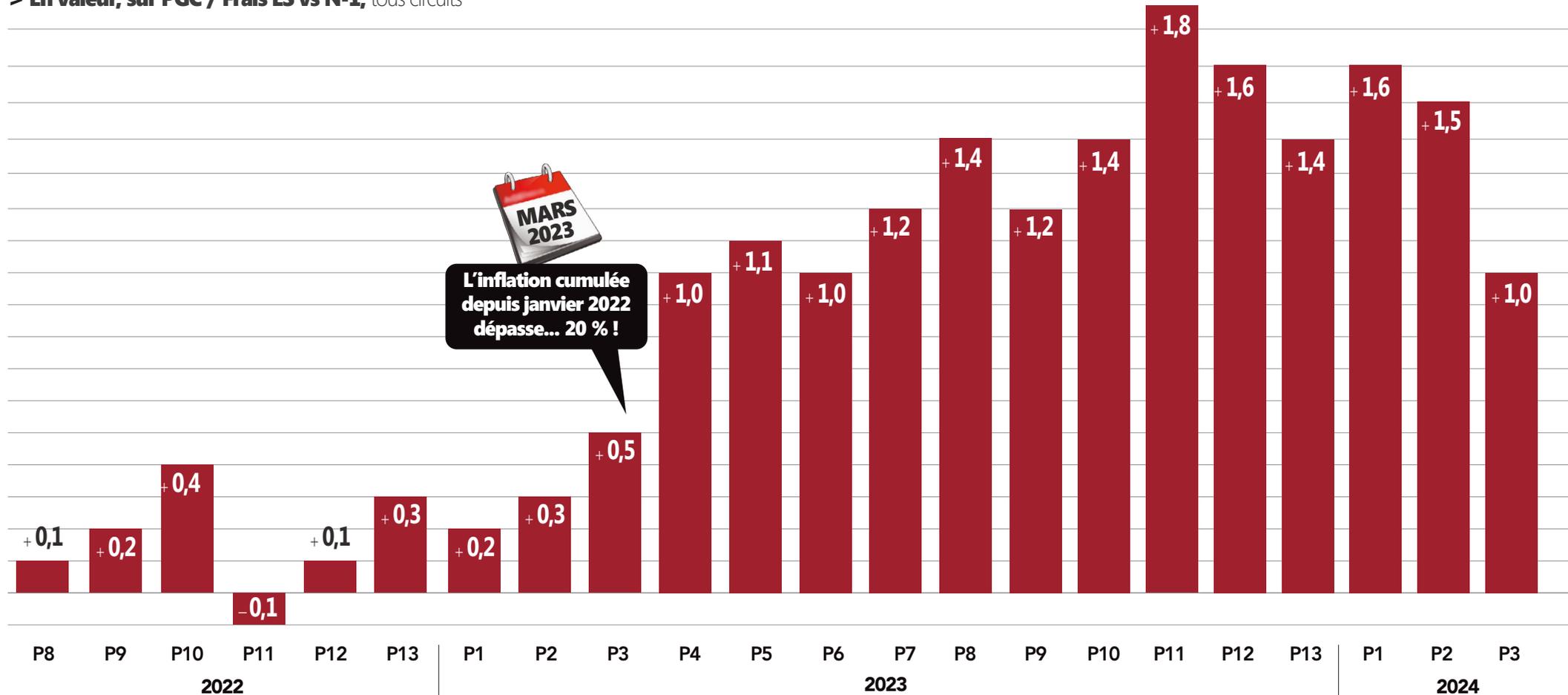


L'ÉVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ DE **LECLERC**

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

KANTAR

> En valeur, sur PGC / Frais LS vs N-1, tous circuits



DISTRIPRIX AVRIL 2024

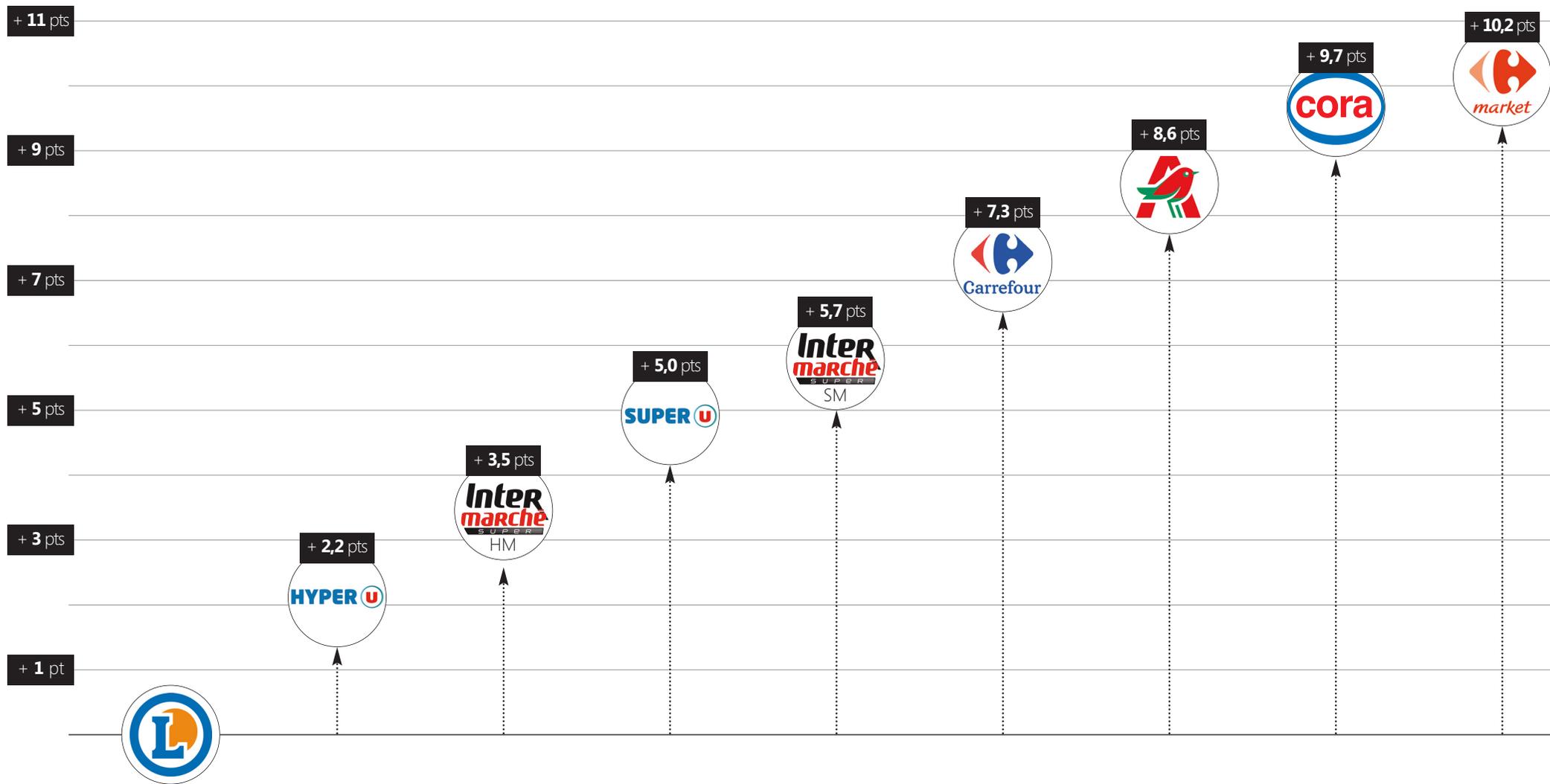
L'indice des prix drive hypers/supers

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)

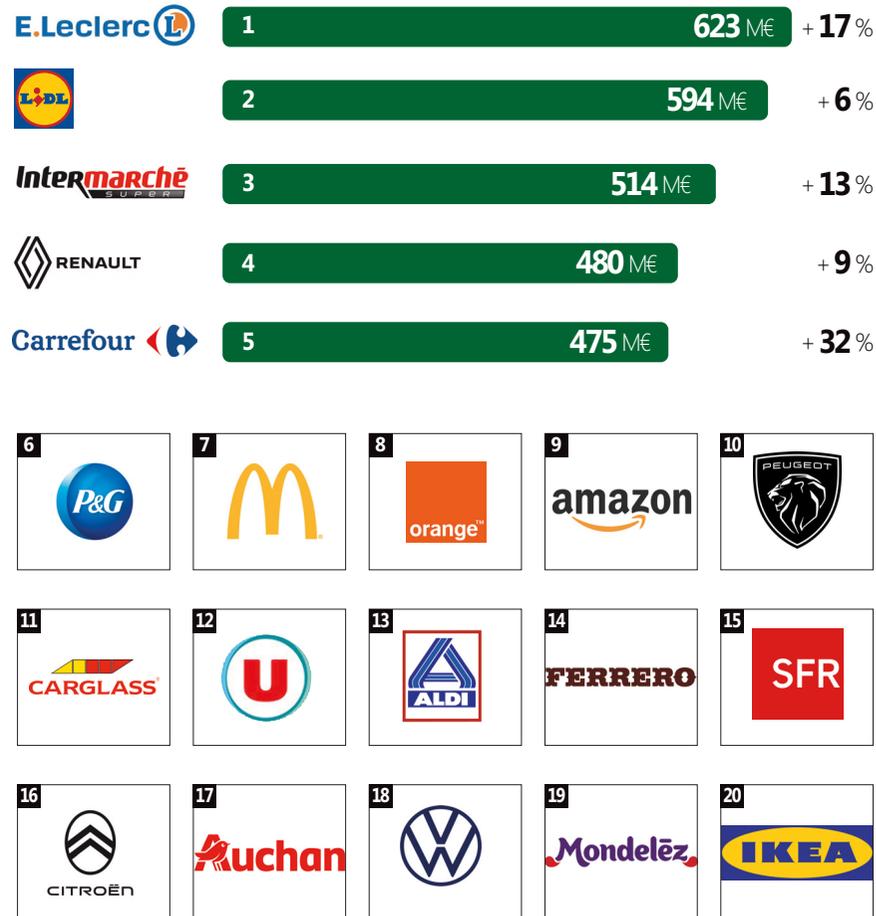
LES TOP ANNONCEURS EN 2023 (TOUS MÉDIAS, BUDGET BRUT)

KANTAR MEDIA

> Le premier annonceur



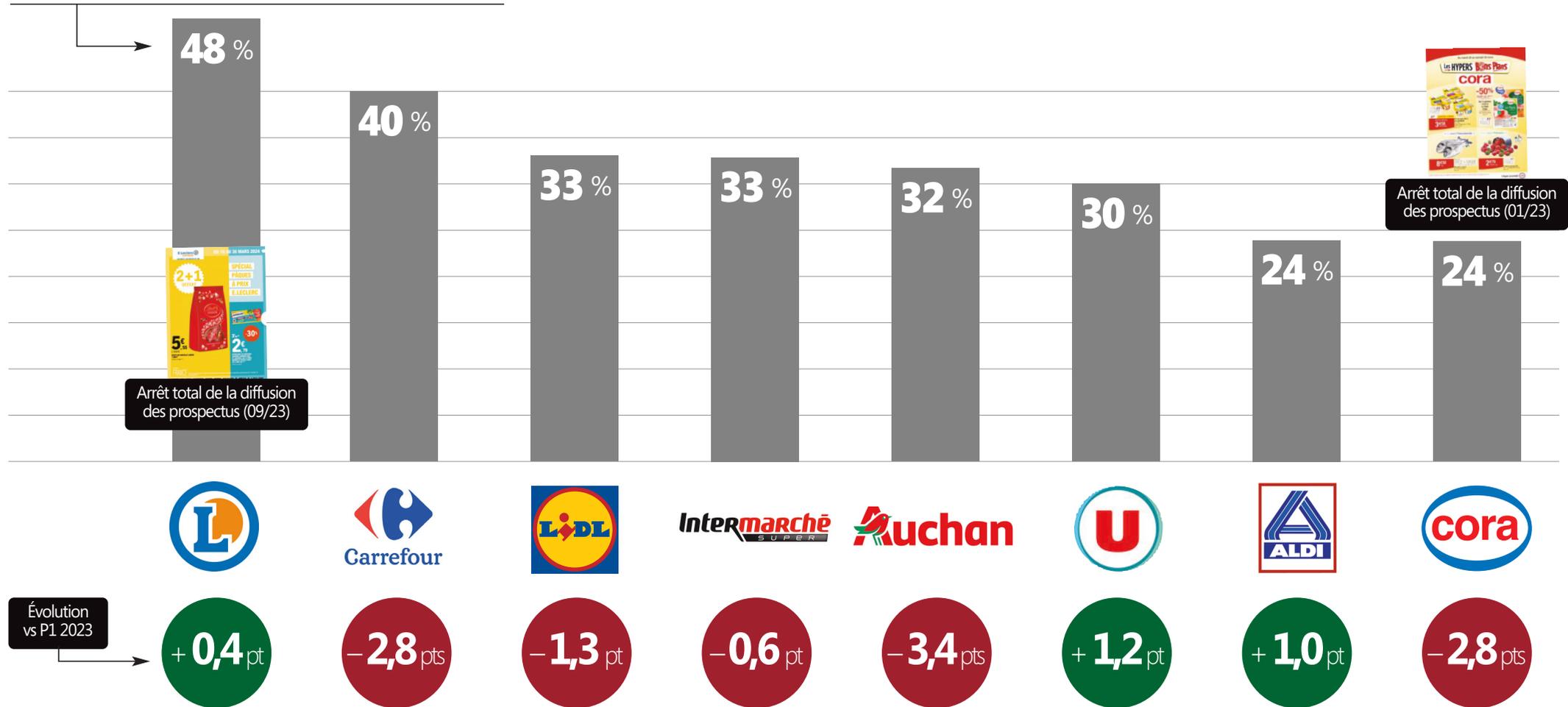
> Le Top 20 2023



L'IMAGE PROMO DES ENSEIGNES

KANTAR

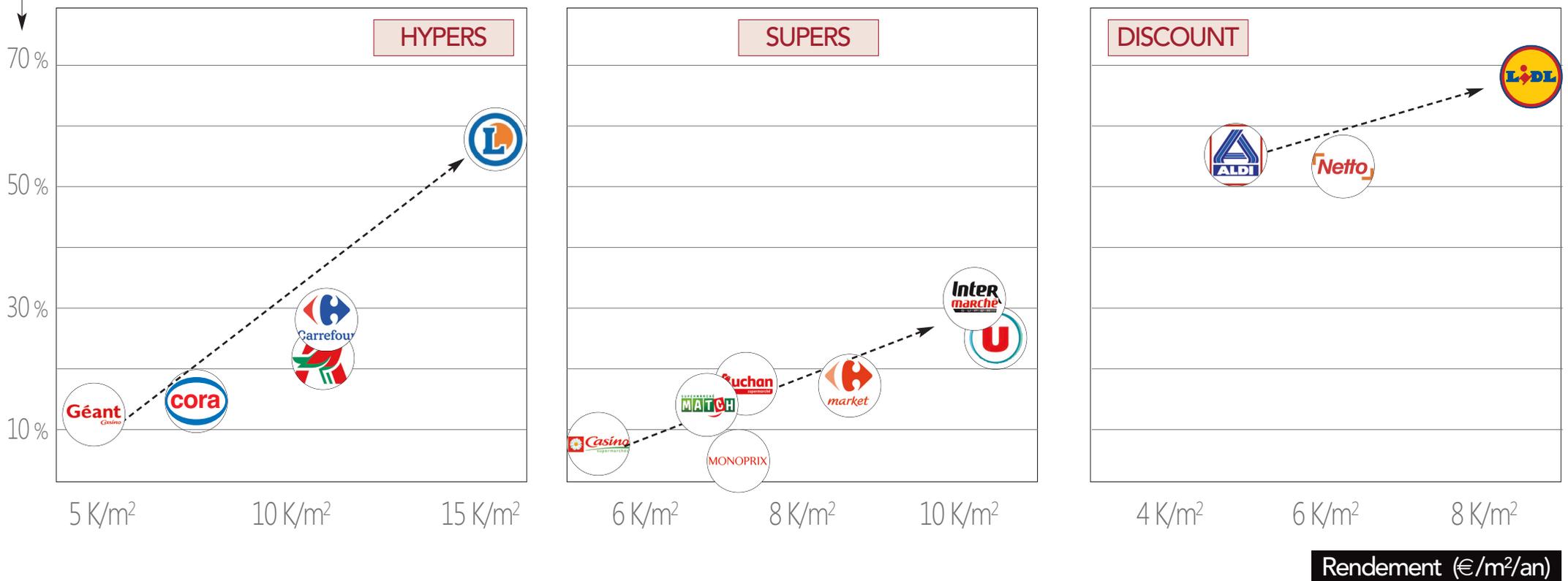
% des consommateurs qui considèrent que l'enseigne propose de nombreux produits en promotion (P1 2024)



LA CORRÉLATION IMAGE-PRIX / RENDEMENT

KANTAR

Image-prix [% des consommateurs considérant les prix attractifs, P3 2024]

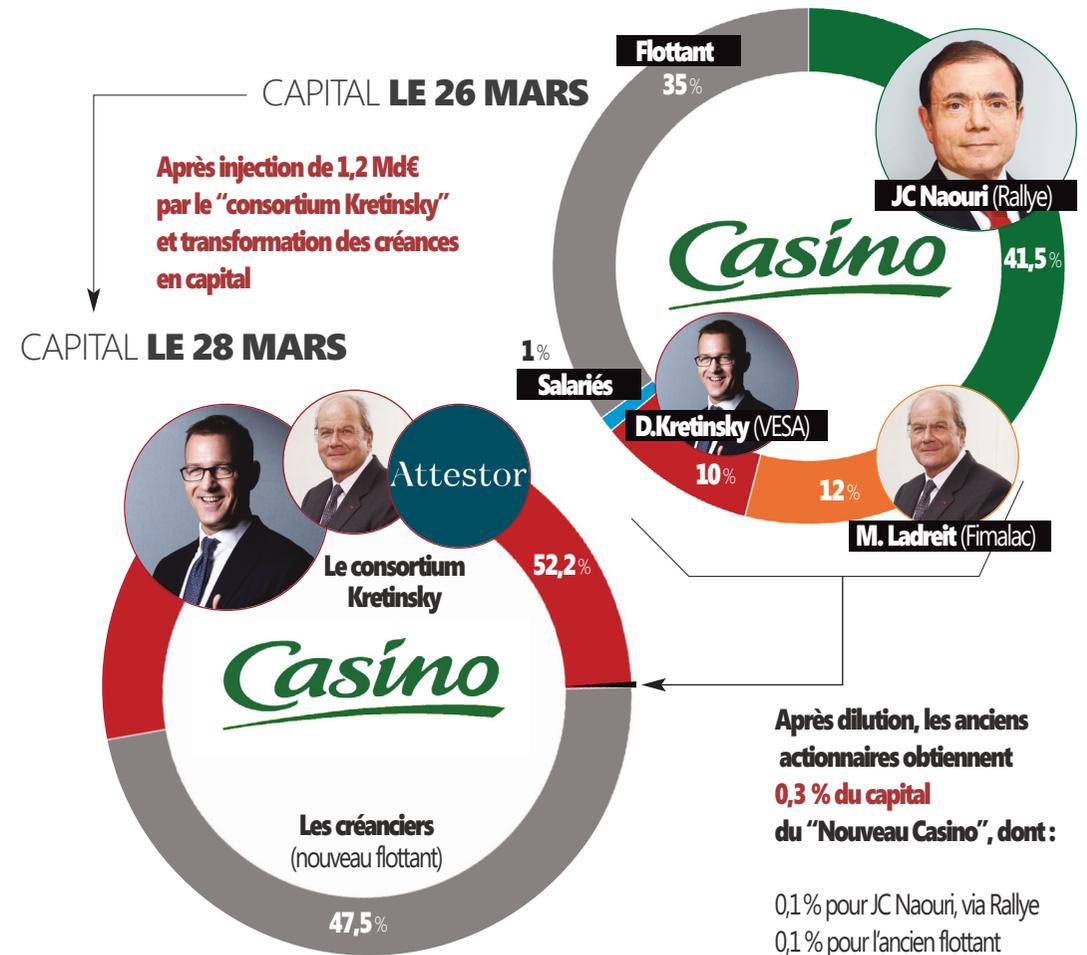


2014 / 2024 : LA DÉCONFITURE BOURSIÈRE DE CASINO

> L'évolution du cours de Bourse



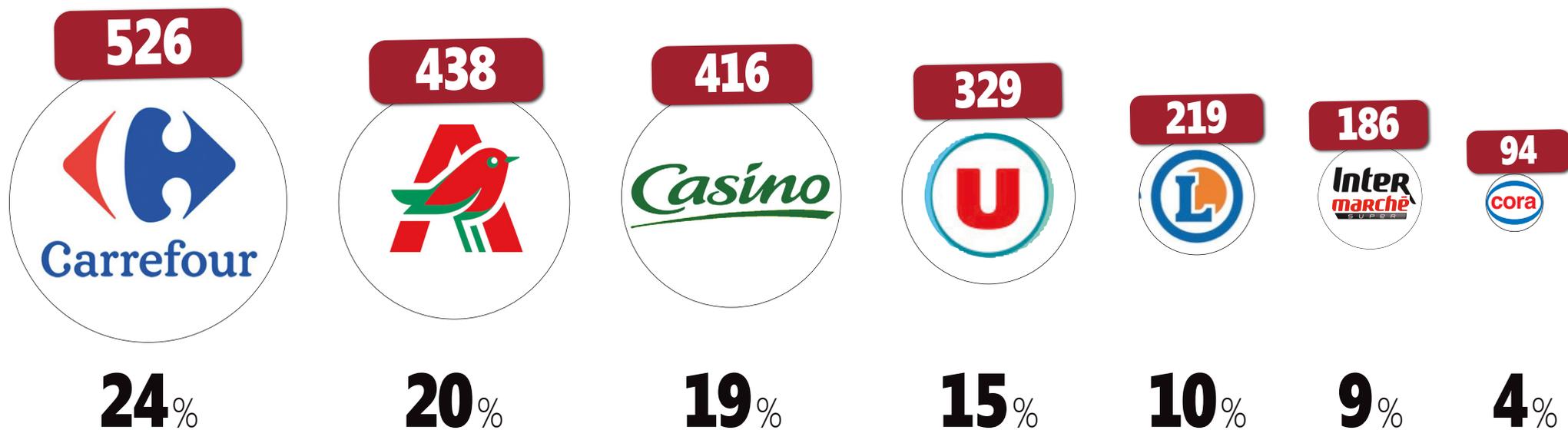
> La dilution des anciens actionnaires



LES **MDD** QUI INNOVENT LE PLUS...



2 192

 EAN créés en 2023

des EAN MDD créés

LE TOP 10 DES MARQUES CRÉATRICES DE VALEUR SUR 10 ANS

Croissance du chiffre d'affaires entre le CAM P2 2015 et le CAM P2 2024
HMSM + SDMP + Drive + Proxi

NielsenIQ



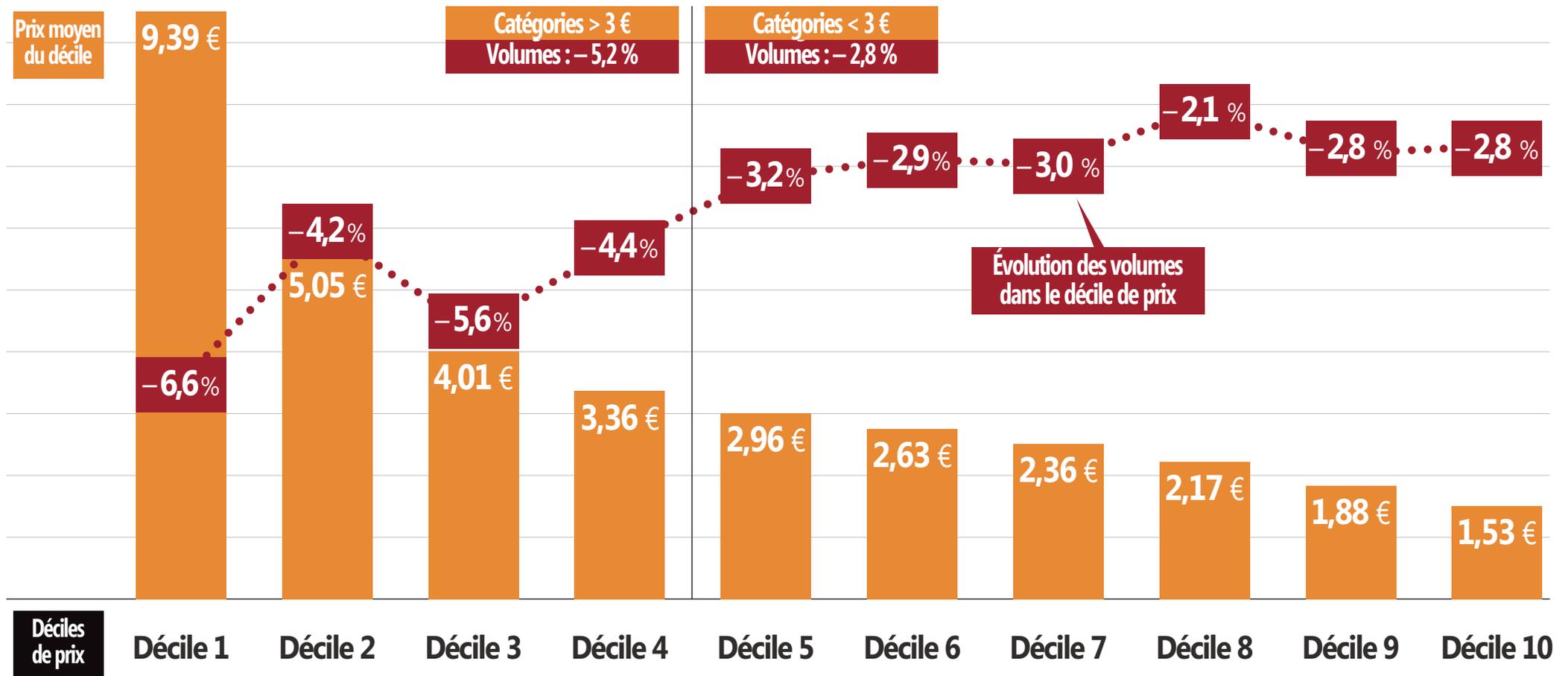
4 -		+ 328 M€
5 -		+ 313 M€
6 -		+ 304 M€
7 -		+ 300 M€
8 -		+ 279 M€
9 -		+ 272 M€
10 -		+ 210 M€

PRIX MOYEN DE LA CATÉGORIE ET PERFORMANCES



> Mise en parallèle du prix moyen des catégories et de l'évolution volumes

(P1 - P10 2023, catégories > 10 M€ de CA, tous circuits)



LES MARQUES STARS DES PROSPECTUS

T1 2024, tous circuits, classées sur la part de voix

a3distrib
by NielsenIQ

FRAIS LS



La top marque



Marques 2 à 5

Fleury Michon

Herta

Bonduelle

Nestlé
La Laitière

ÉPI SUCRÉE



La top marque

Lindt

Marques 2 à 5

Kinder

Milka

CARTE NOIRE

Nestlé

ÉPI SALÉE



La top marque



Marques 2 à 5

Knorr

Bonduelle

Cassegrain

d'aucey

LIQUIDES



La top marque

Leffe

Marques 2 à 5

la Goudale

Coca-Cola

1664

COIMBERGEN

HYGIÈNE B.



La top marque

Pampers

Marques 2 à 5

Gillette

Oral-B

always

Signal

DROGUERIE



La top marque

ARIEL

Marques 2 à 5

Lenor

skip

SUN

Kleenex

Votre contact

Stéphane JACOB

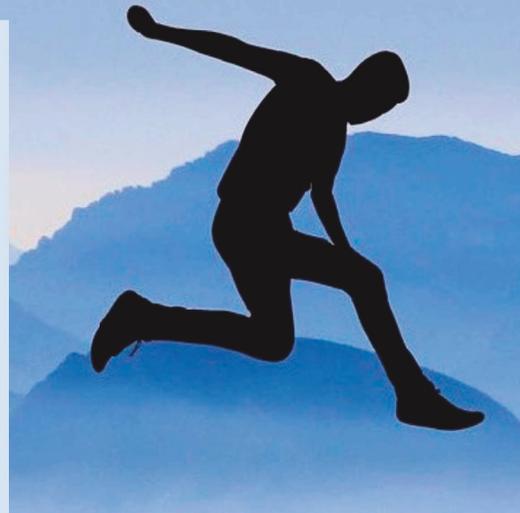
33 (0) 6 18 58 84 67

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