

éditions
DAUVERS

CONSO SCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Août 2024

EN LIBRE-TÉLÉCHARGEMENT ICI

➔ **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 ;-)

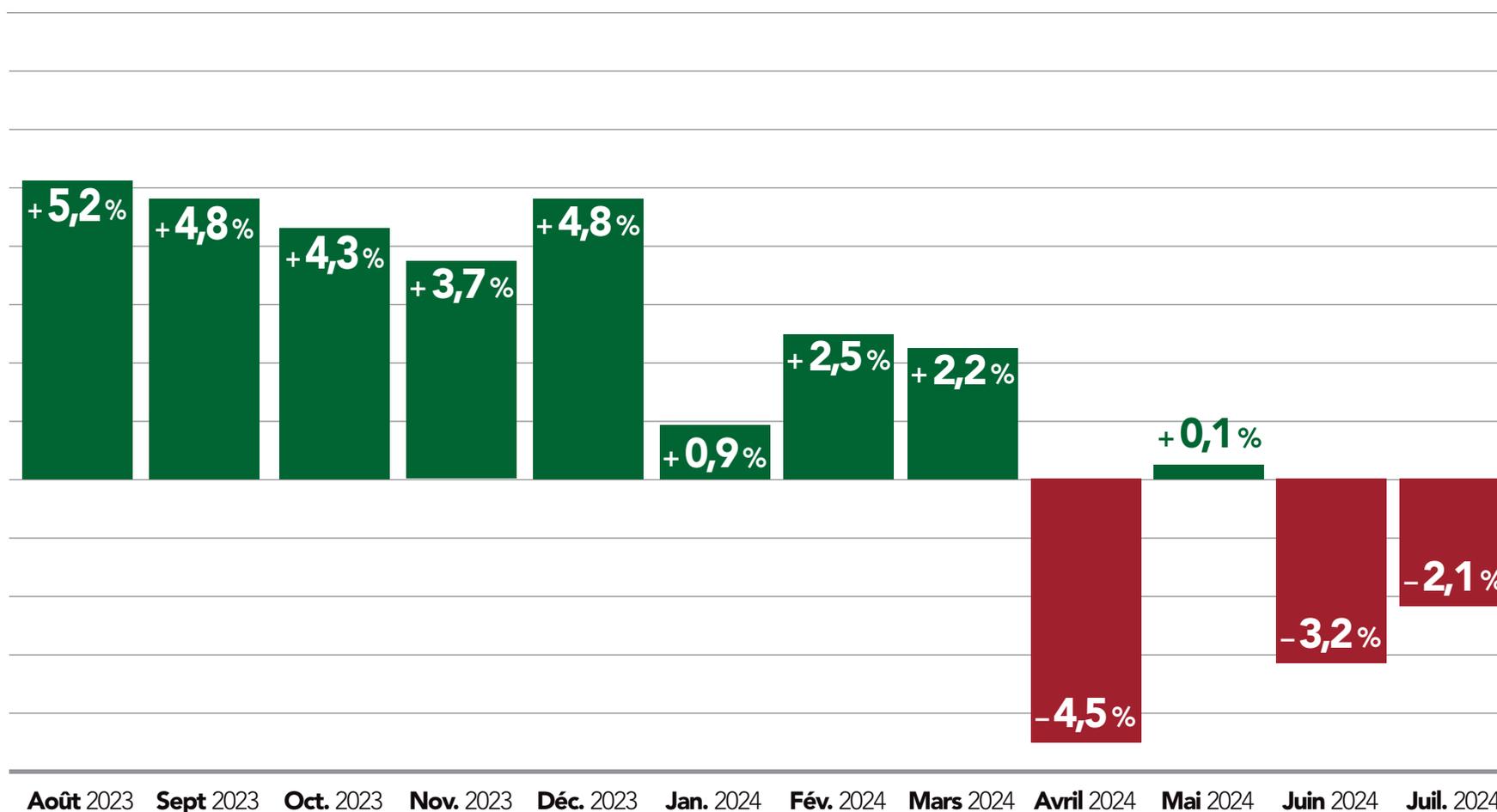
VIGIE GRANDE CONSO



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

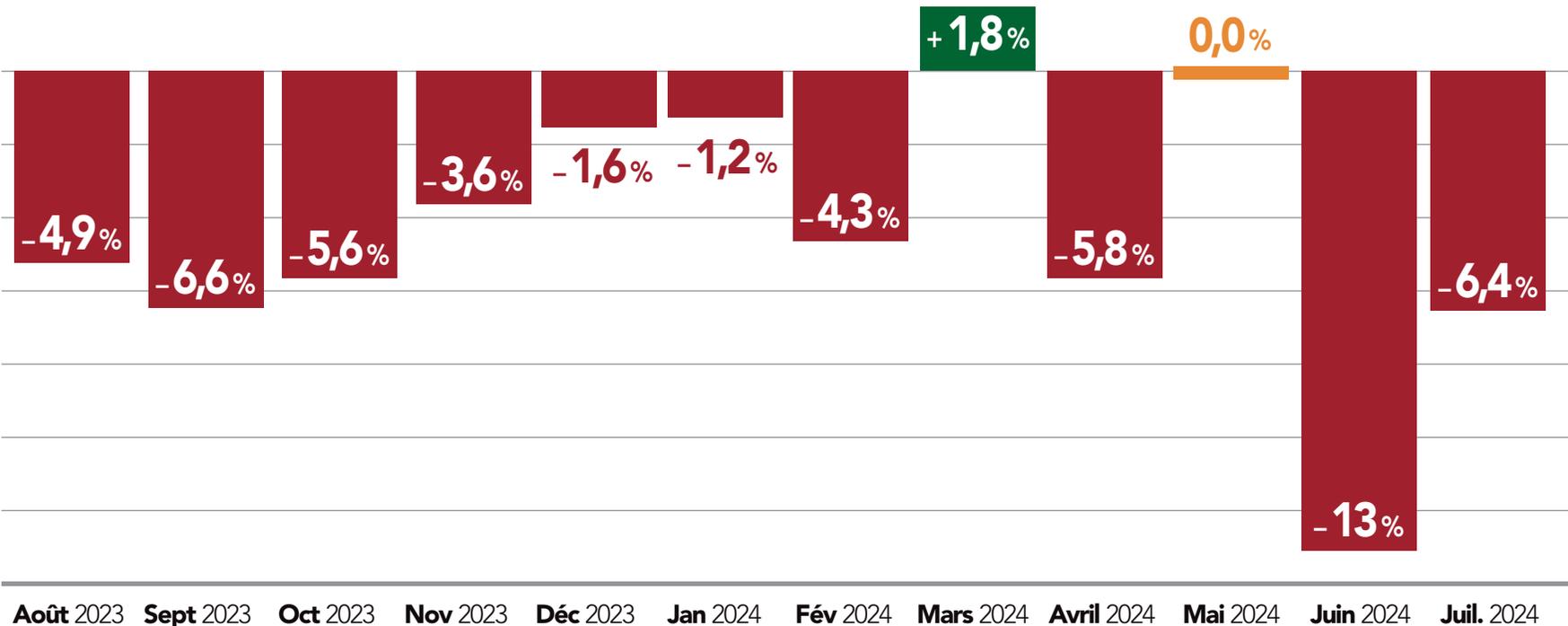
-0,4%

ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



MAISON		-8,9%
JARDIN ANIMALERIE		-6,4%
SPORTS LOISIRS, JEUX		-6,8%
CULTURE		-8,4%
TEXTILE		-8,5%



dont

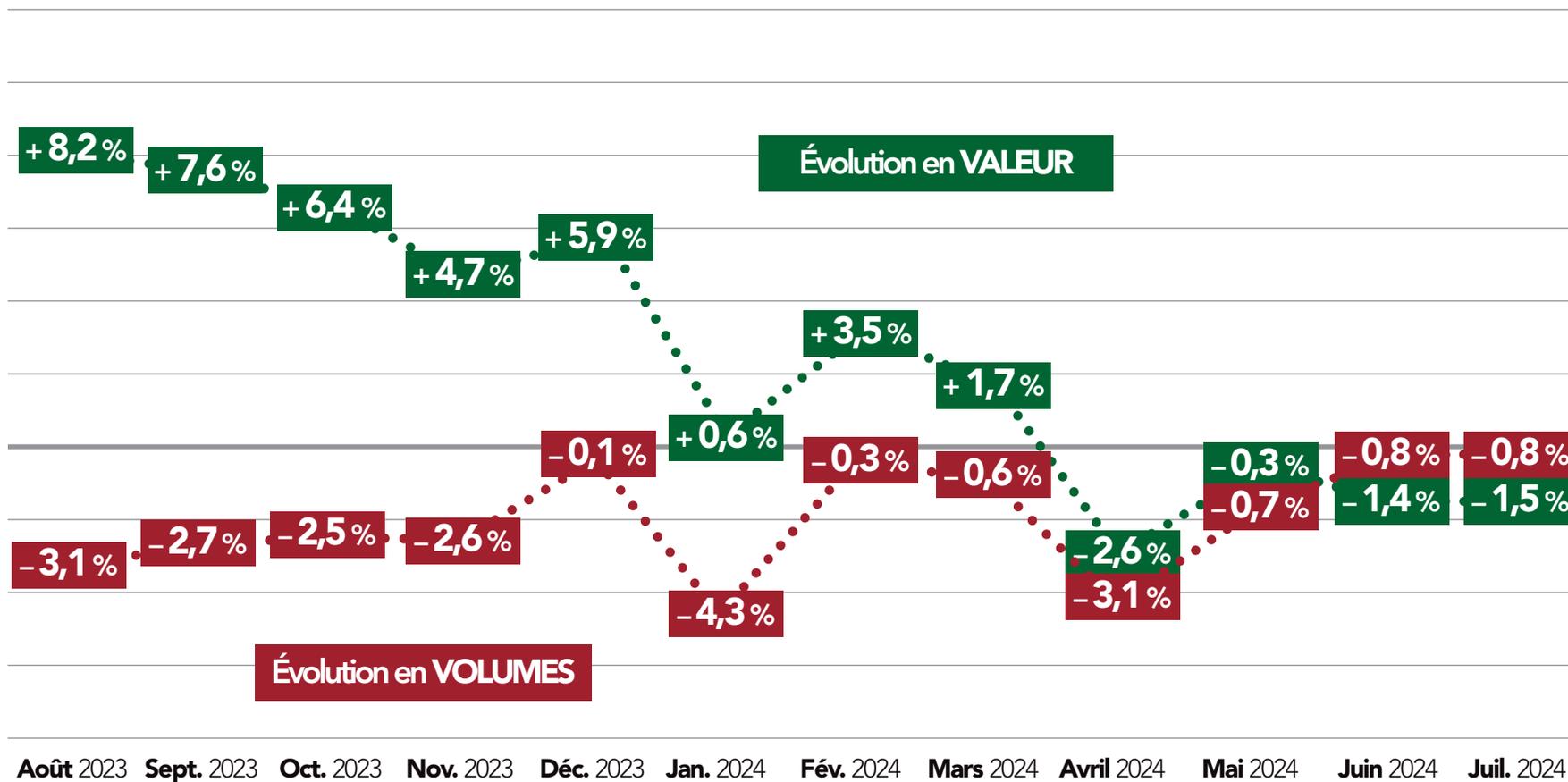
CUMUL 2024

en valeur

-4,4%

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2024

en valeur

0,0%

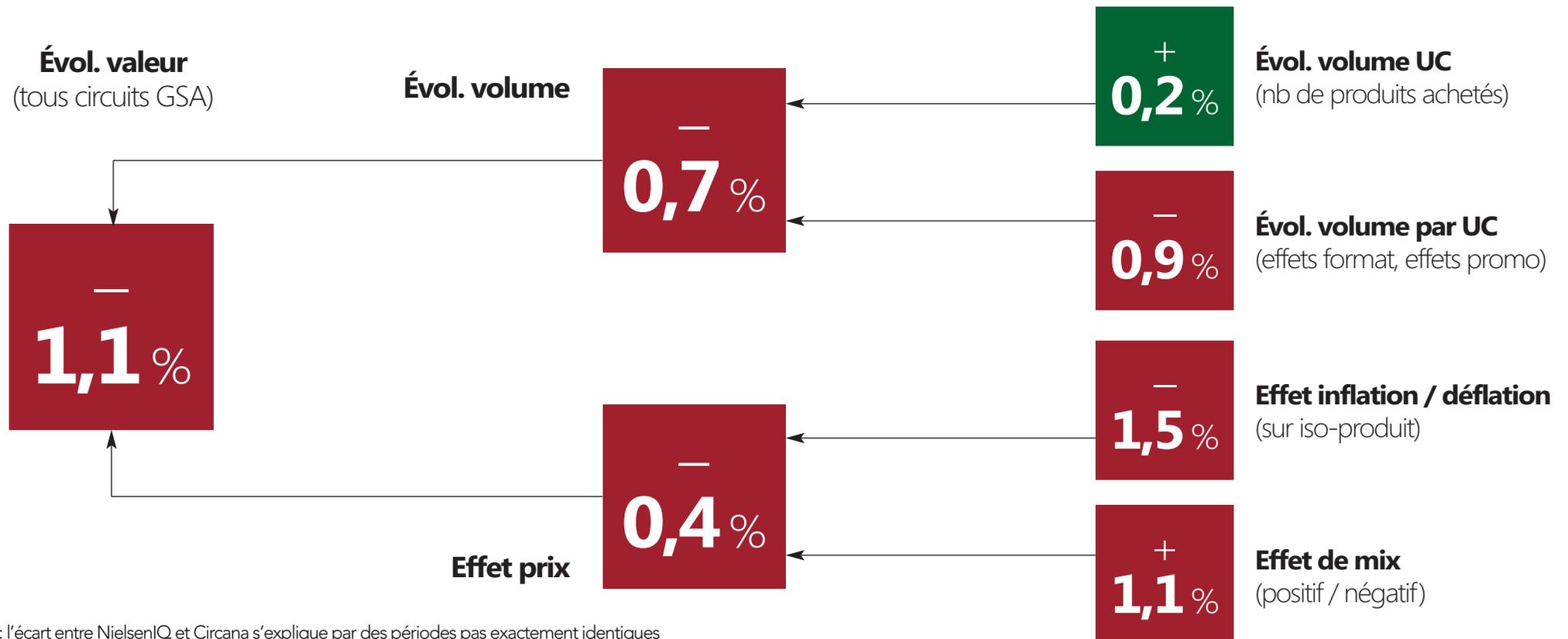
en volumes

-1,4%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

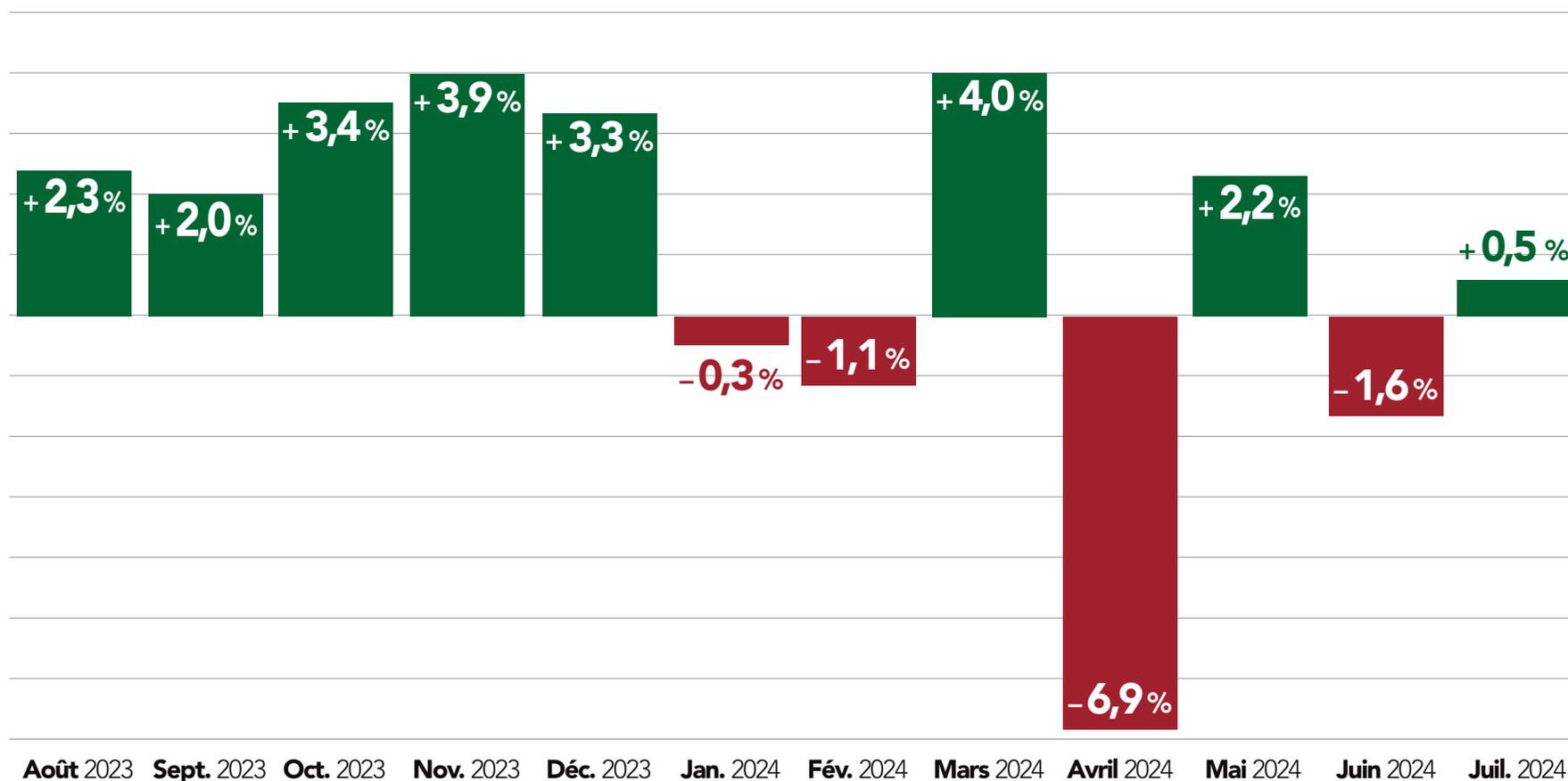
P7 2024, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

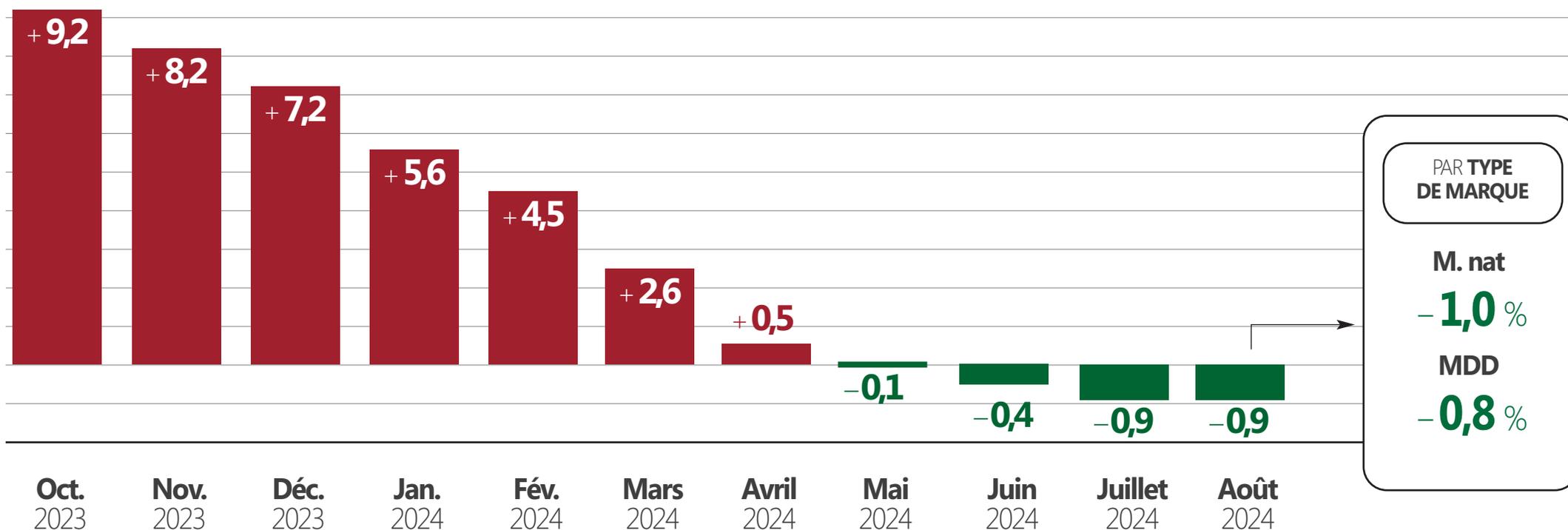
en valeur

-0,3%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



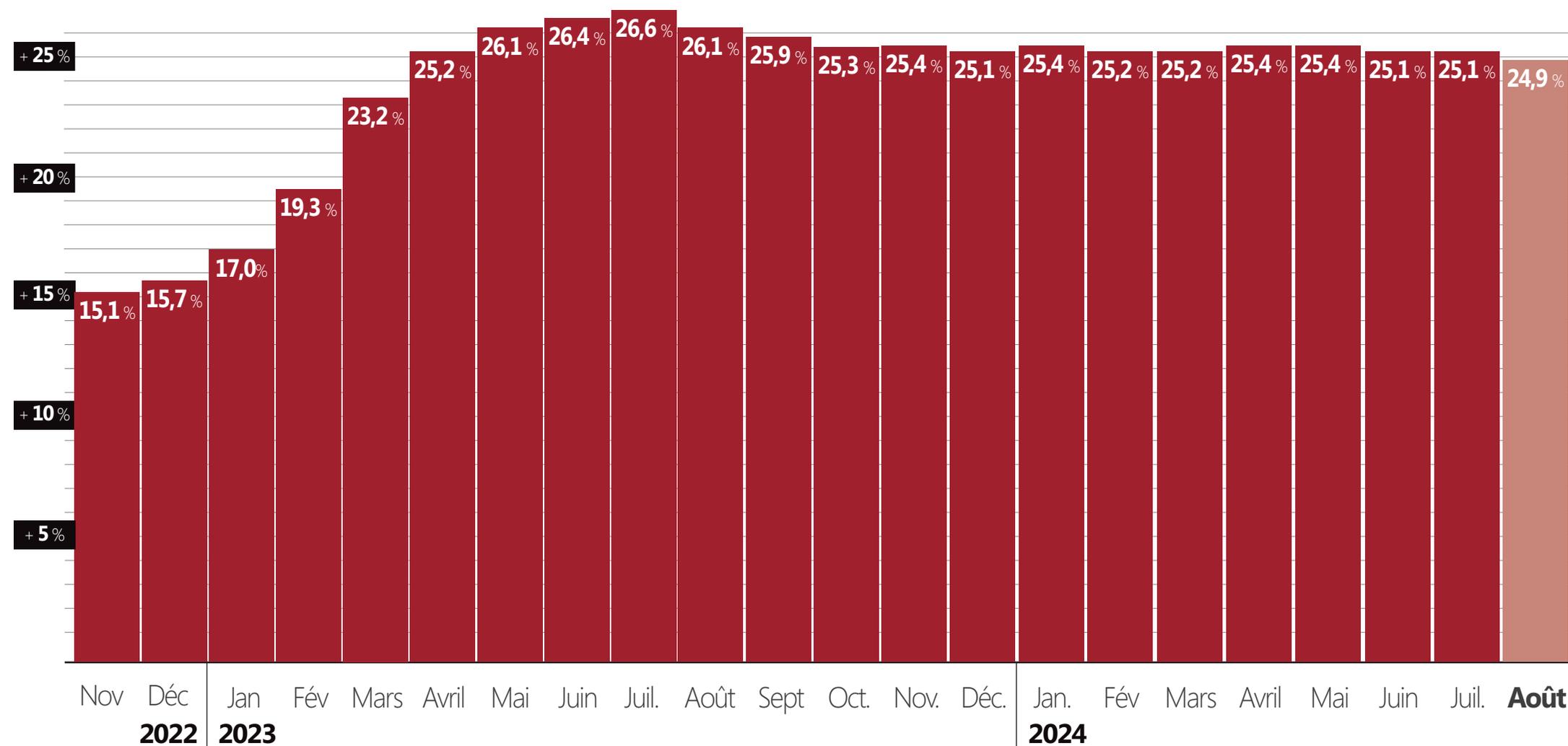
> Inflation à un an Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

a3distrib
by NielsenIQ

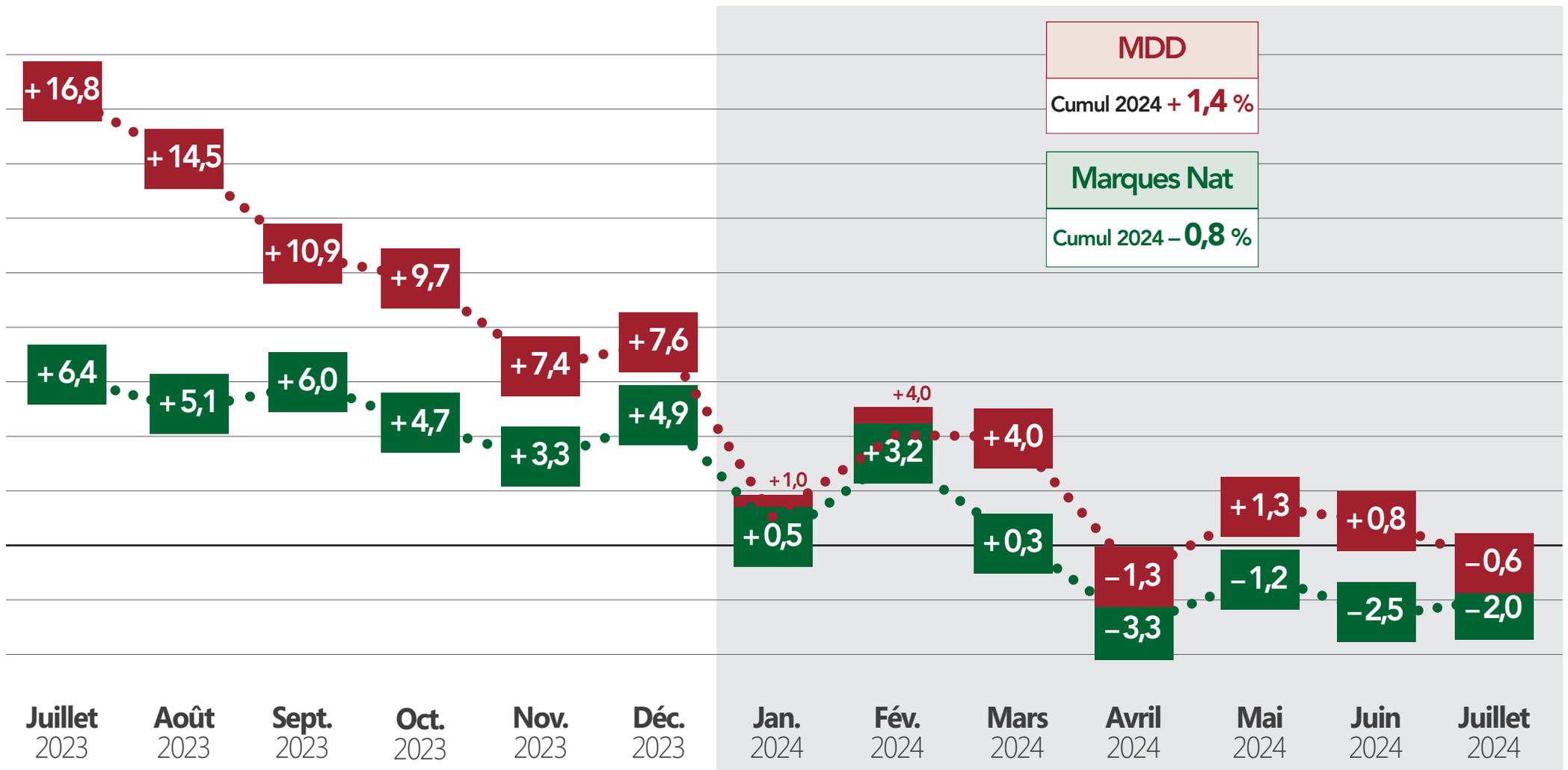
Prix relevés sur 7 000 drives, **inflation vs 1^{er} janvier 2022**



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



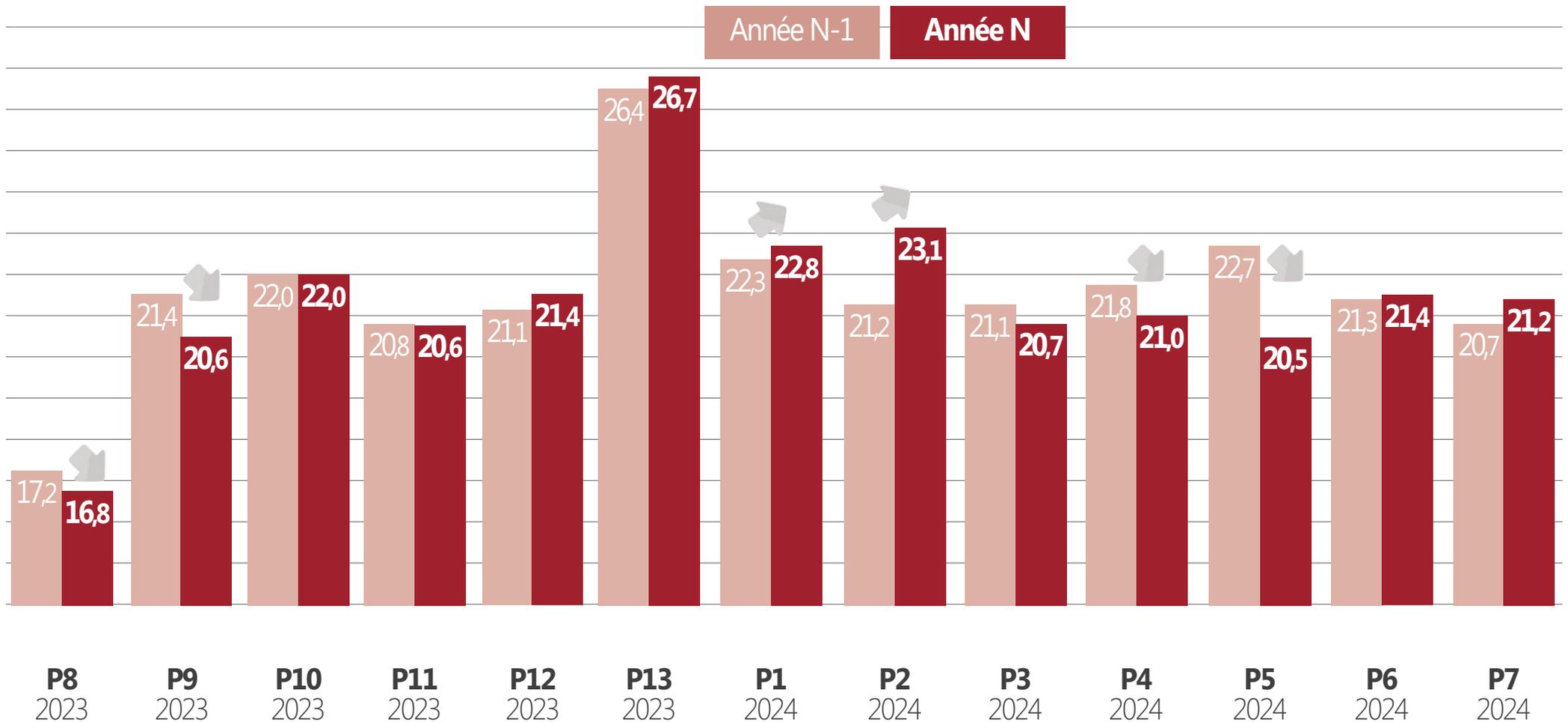
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

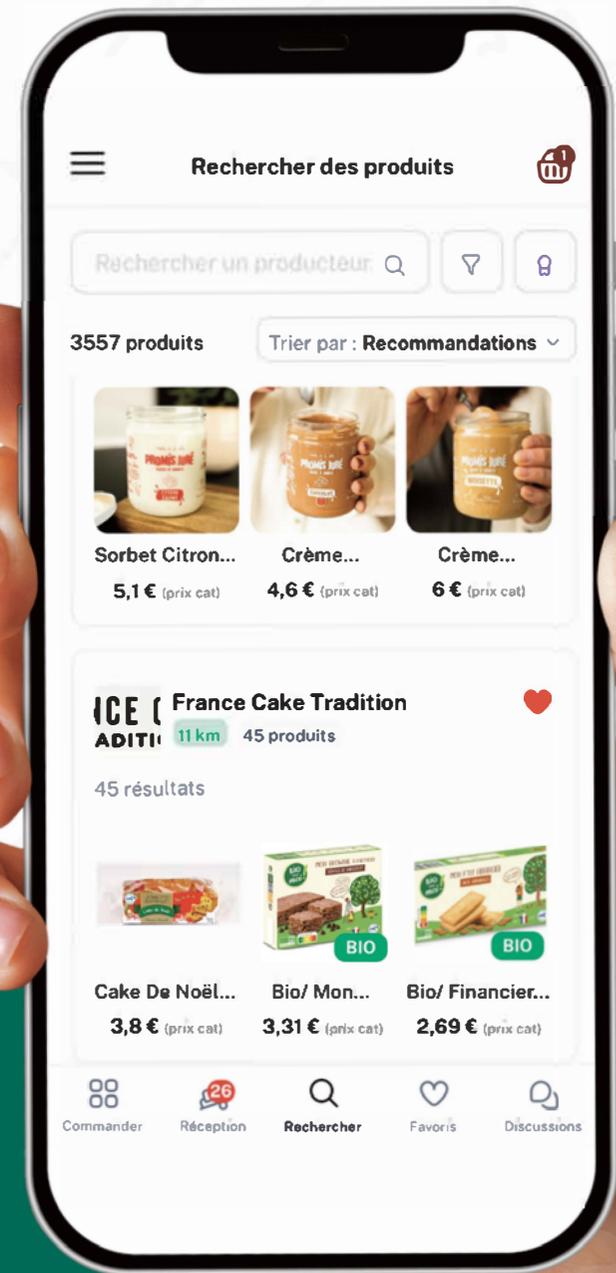
% des ventes promo sur PGC Frais LS, HM/SM



Différenciez-vous grâce à une offre de produits locaux performante et ultra simple à gérer

“NectarGo centralise tous les produits locaux à jour avec photos et prix. De la commande au paiement du producteur, on gagne beaucoup de temps”

Clémence Robert, Responsable Achats Leclerc Tourlaville



 **NECTARGO**

Gérez votre direct local avec la
simplicité d'une centrale

nectargo.fr

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P7 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



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

-4,9%

-1,1%

-1,6%

-4,8%

+3,3%

-1,1%

-2,2%

+9,0%

+26%

Évol
du CA

15,9%

20,0%

35,9%

21,0%

11,7%

32,7%

7,5%

3,0%

10,5%

12,0%

7,9%

1,0%

8,9%

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAD P7 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

- **2,8** %

+ **2,0** %

+ **1,4** %

- **2,9** %

+ **2,3** %

+ **1,8** %

+ **0,6** %

+ **8,0** %

+ **11** %

Évol
du CA

16,6 %

19,8 %

36,4 %

20,6 %

11,6 %

32,2 %

7,1 %

2,7 %

9,8 %

12,4 %

8,2 %

0,9 %

9,1 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P7 2024

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

- 3,3 %

- 0,3 %



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+ 0,3 %

- 3,2 %



Urbaine

Rurale

+ 3,8 %

+ 0,4 %



SDMP
(Discount)

- 1,1 %



Drive

LAD

+ 9,9 %

+ 48 %

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAD P7 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



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

Évol
des
volumes

-4,0%

+0,6%

+1,1%

-3,0%

+1,1%

+1,0%

+0,5%

+6,1%

+11%



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

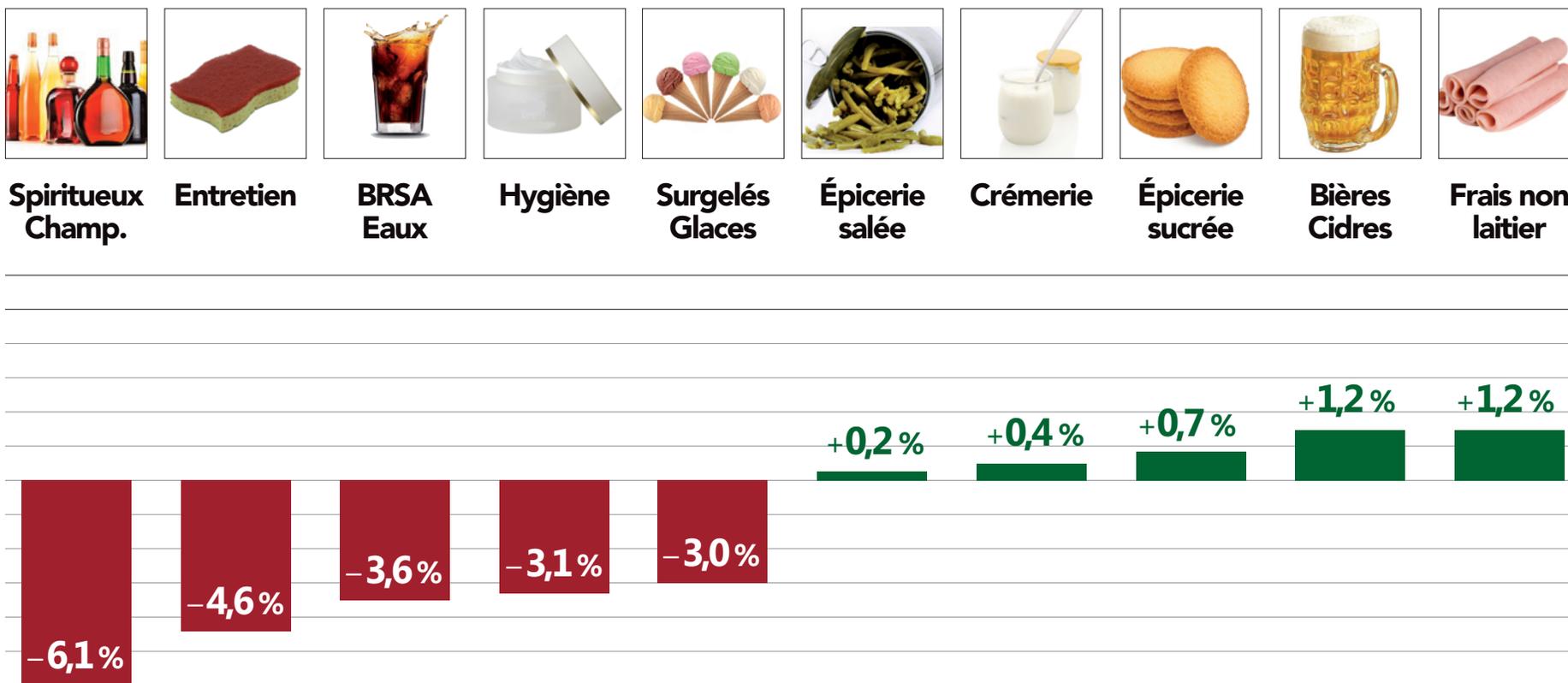
➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

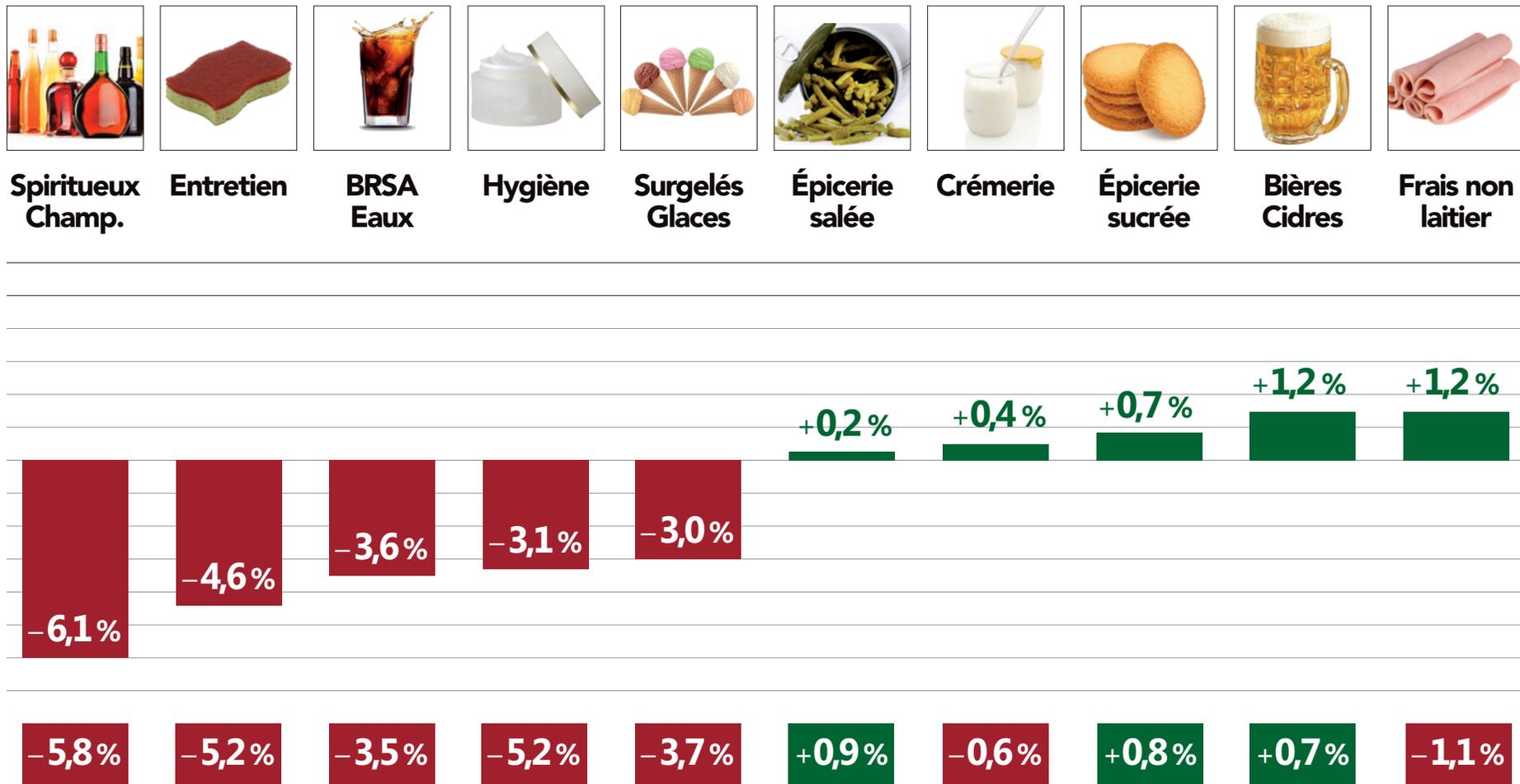
Juillet 2024 vs N-1, tous circuits



L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



Juillet 2024 vs N-1, tous circuits



Moyenne PGC FLS
-0,8%

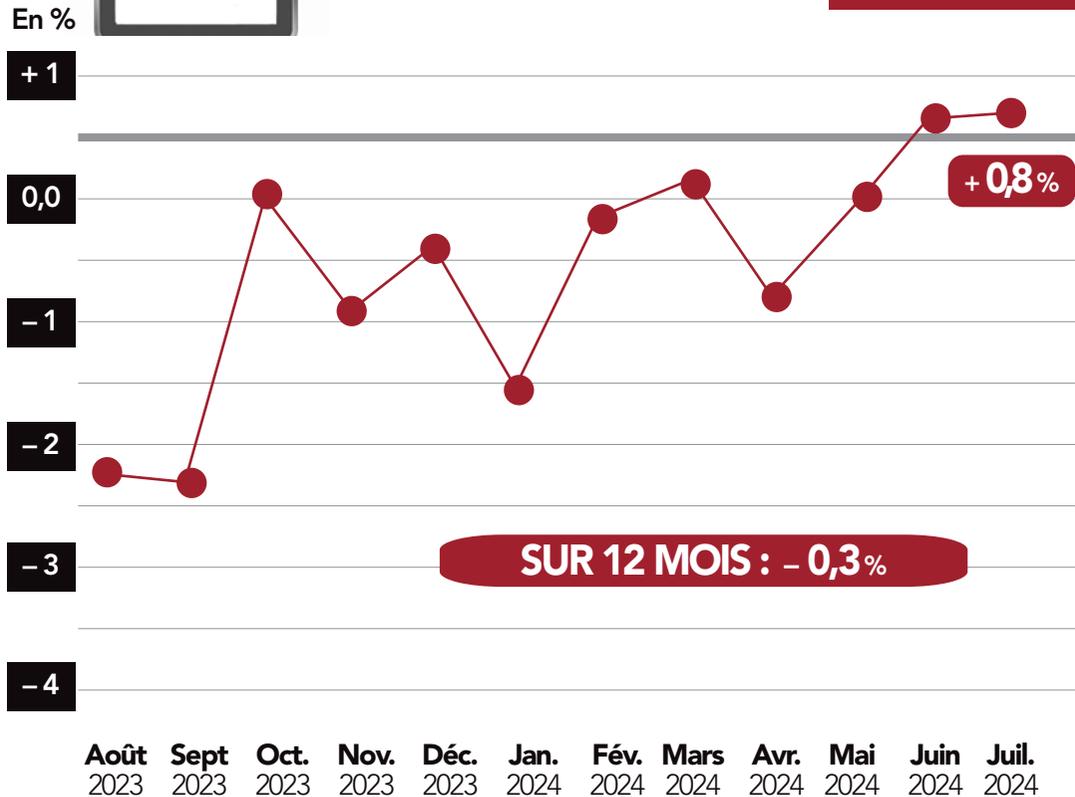
Évol CA

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

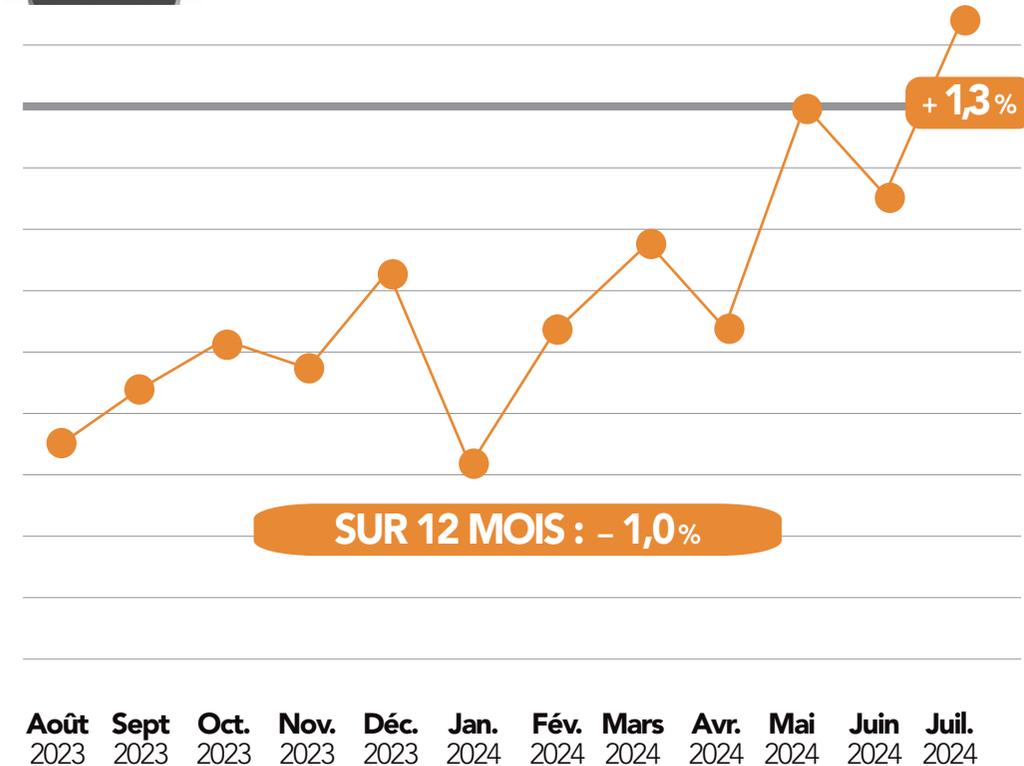
Evol. nombre d'EAN hebdo / mag – PGC FLS



HYPERs



SUPERs



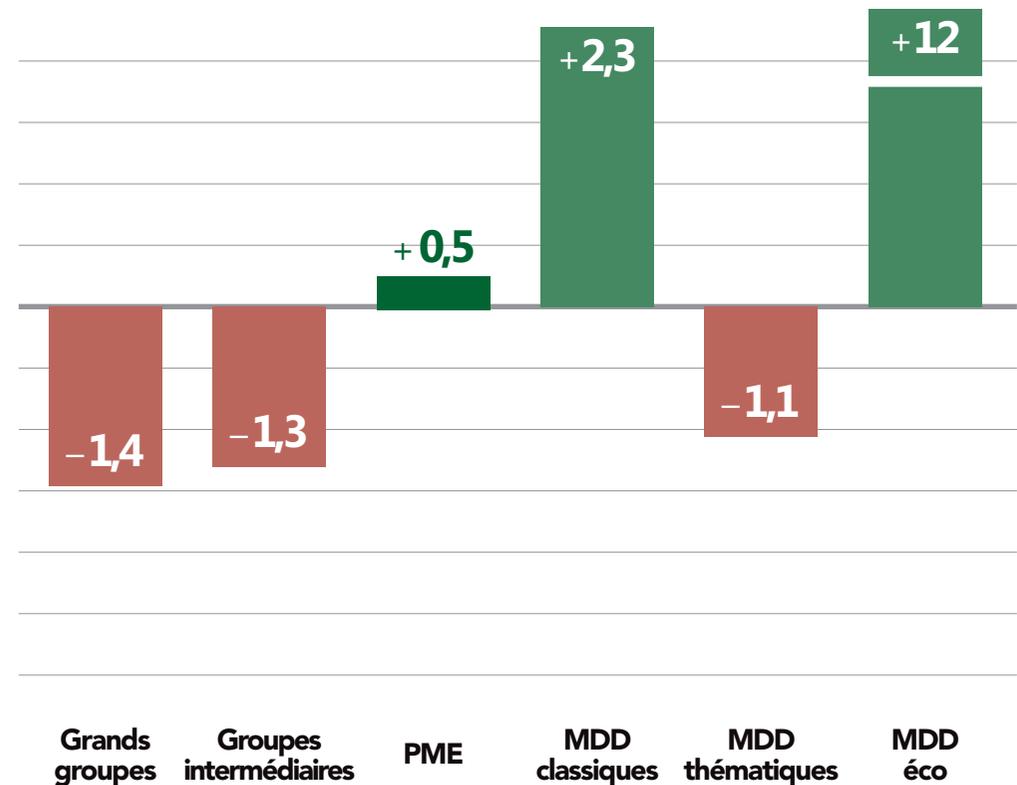
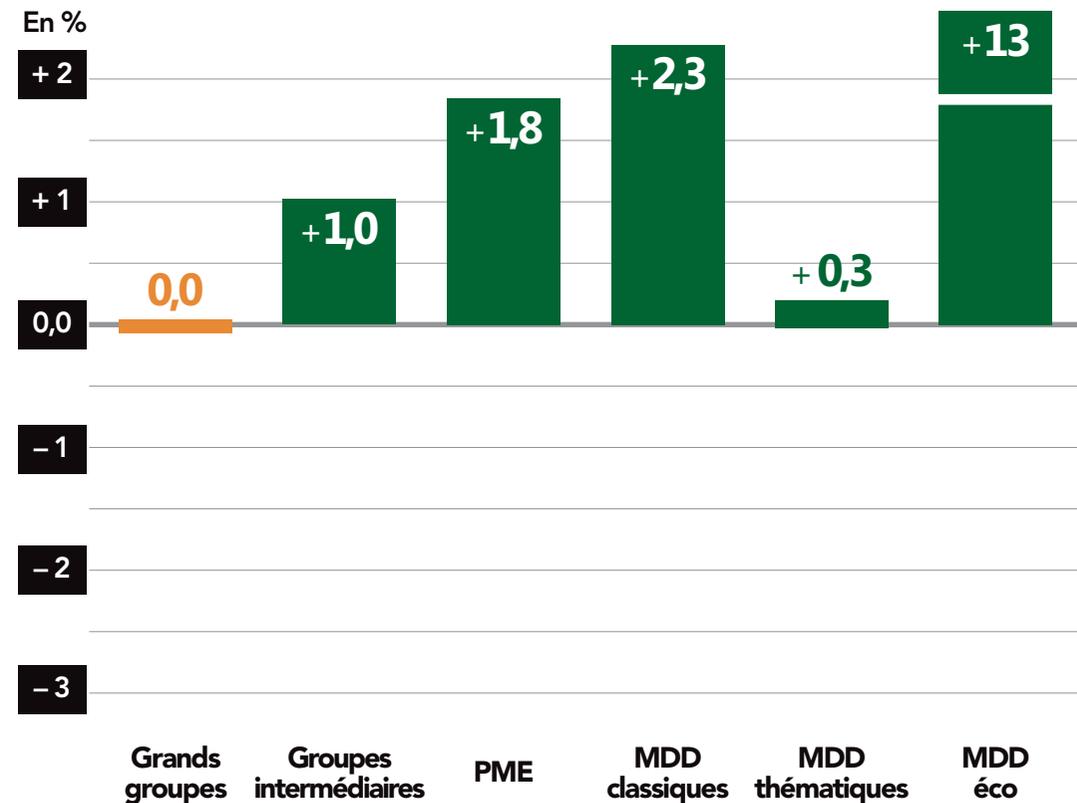
ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES



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

JUILLET 2024

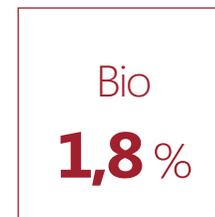
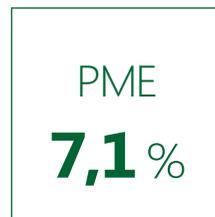
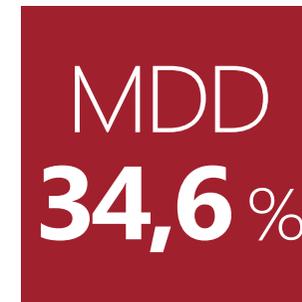
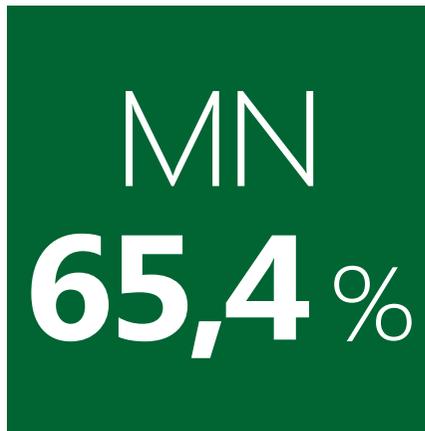
CUMUL JANVIER-JUILLET 2024



PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P7 2024, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HMSM+SDMP+Ecommerce+Proxi



Évol
des ventes
(vs N-1)

-2,8%

+0,7%

-2,1%

-1,0%

+0,7%

-1,8%

+4,3%

+5,9%

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

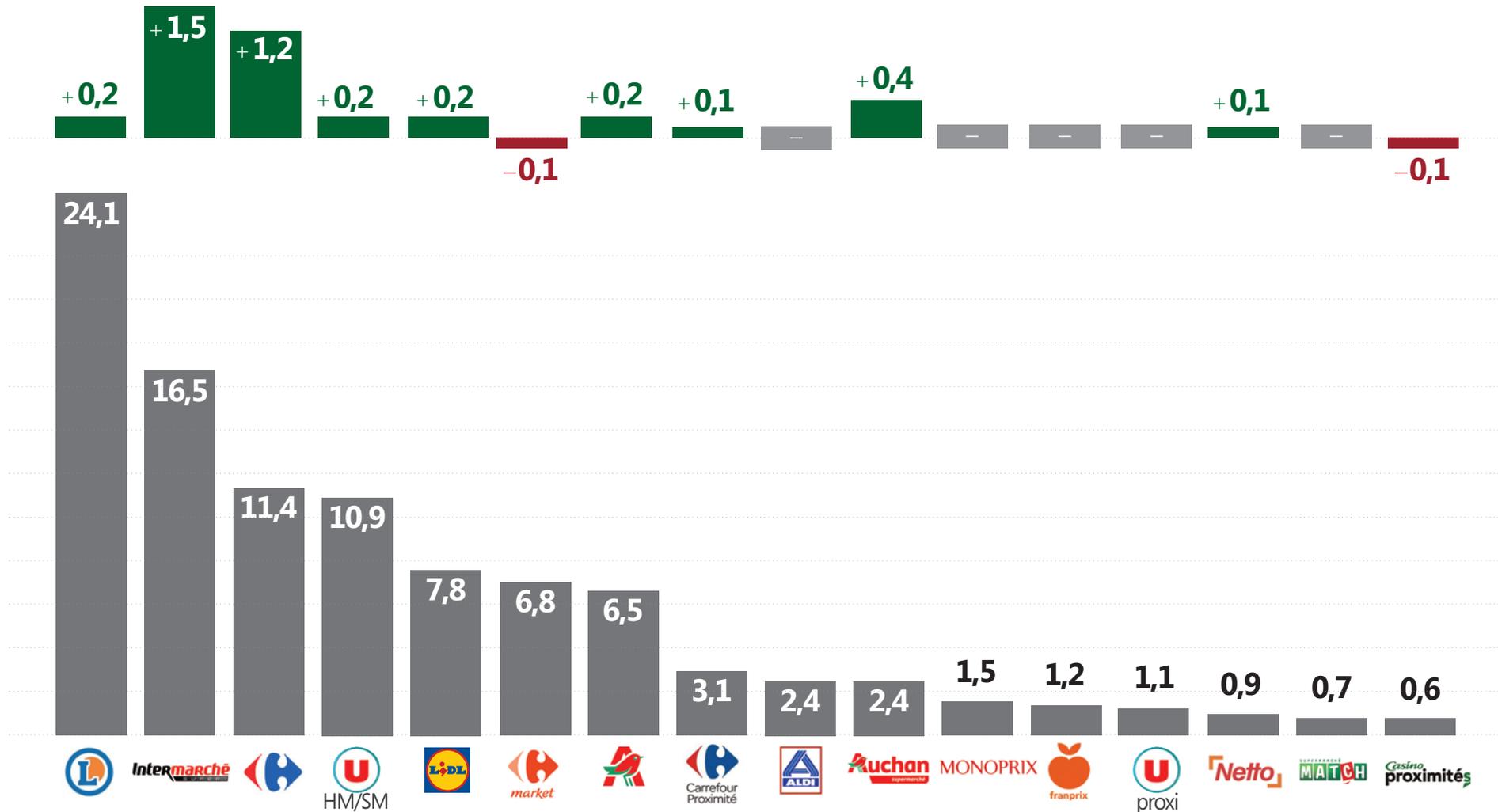
 **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P8

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

KANTAR

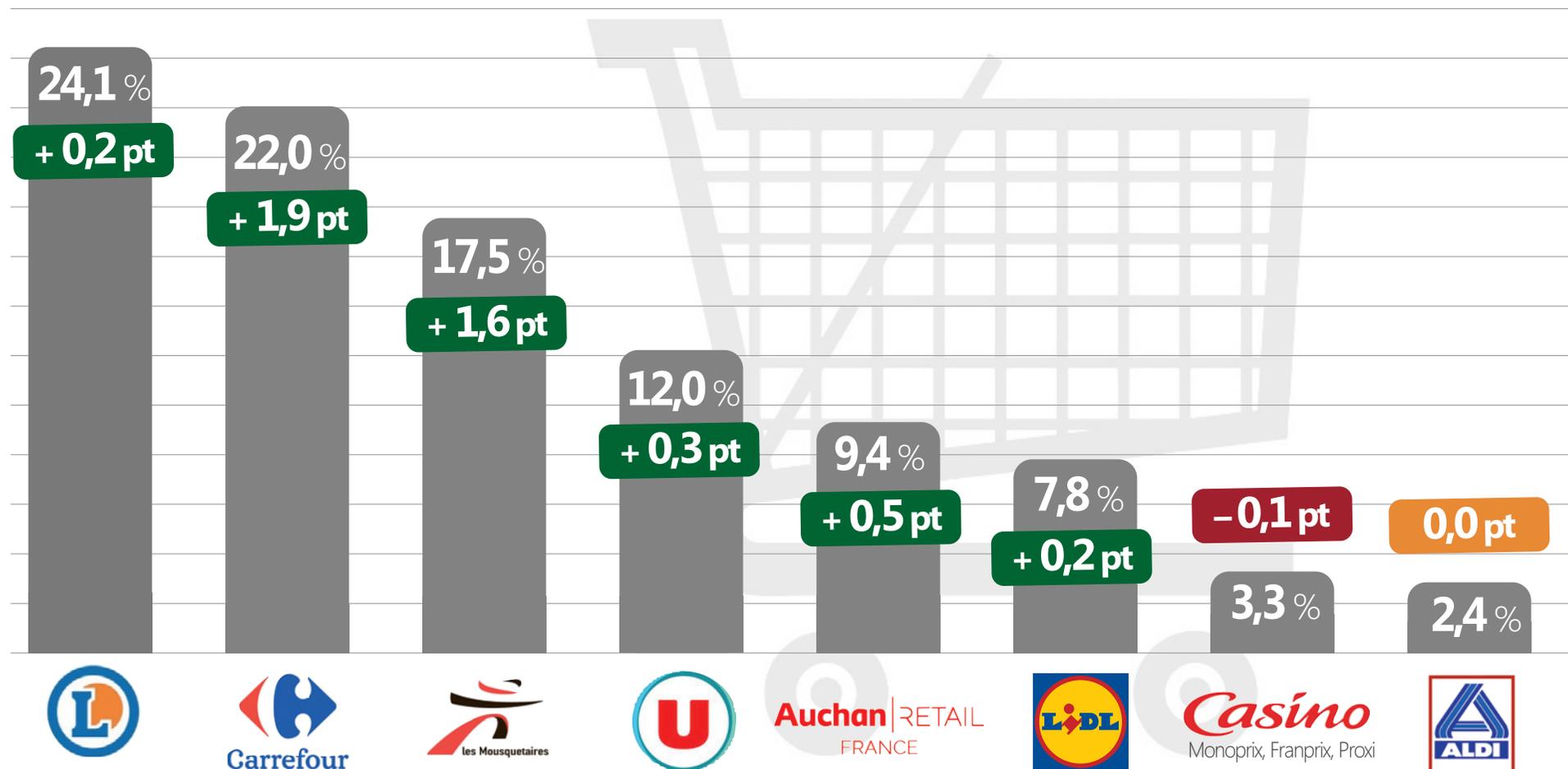


PARTS DE MARCHÉ VALEUR PAR GROUPE

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

> **PGC Frais LS, P8** (Univers : HM, SM, EDM, proximité, internet "généraliste", en %, évol vs N-1)

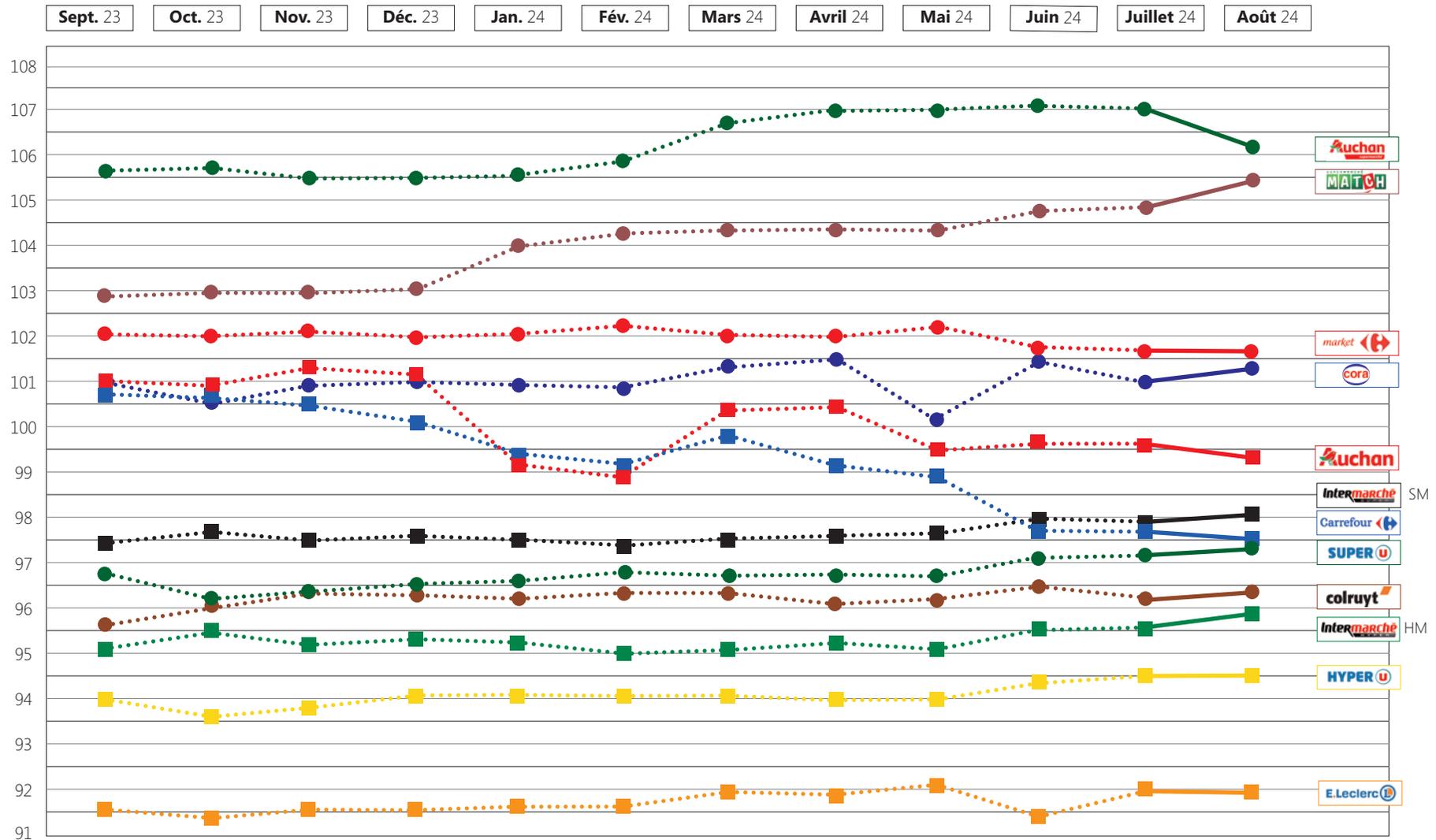
KANTAR



DISTRIPRIX AOÛT 2024

L'indice des prix drive hypers/supers

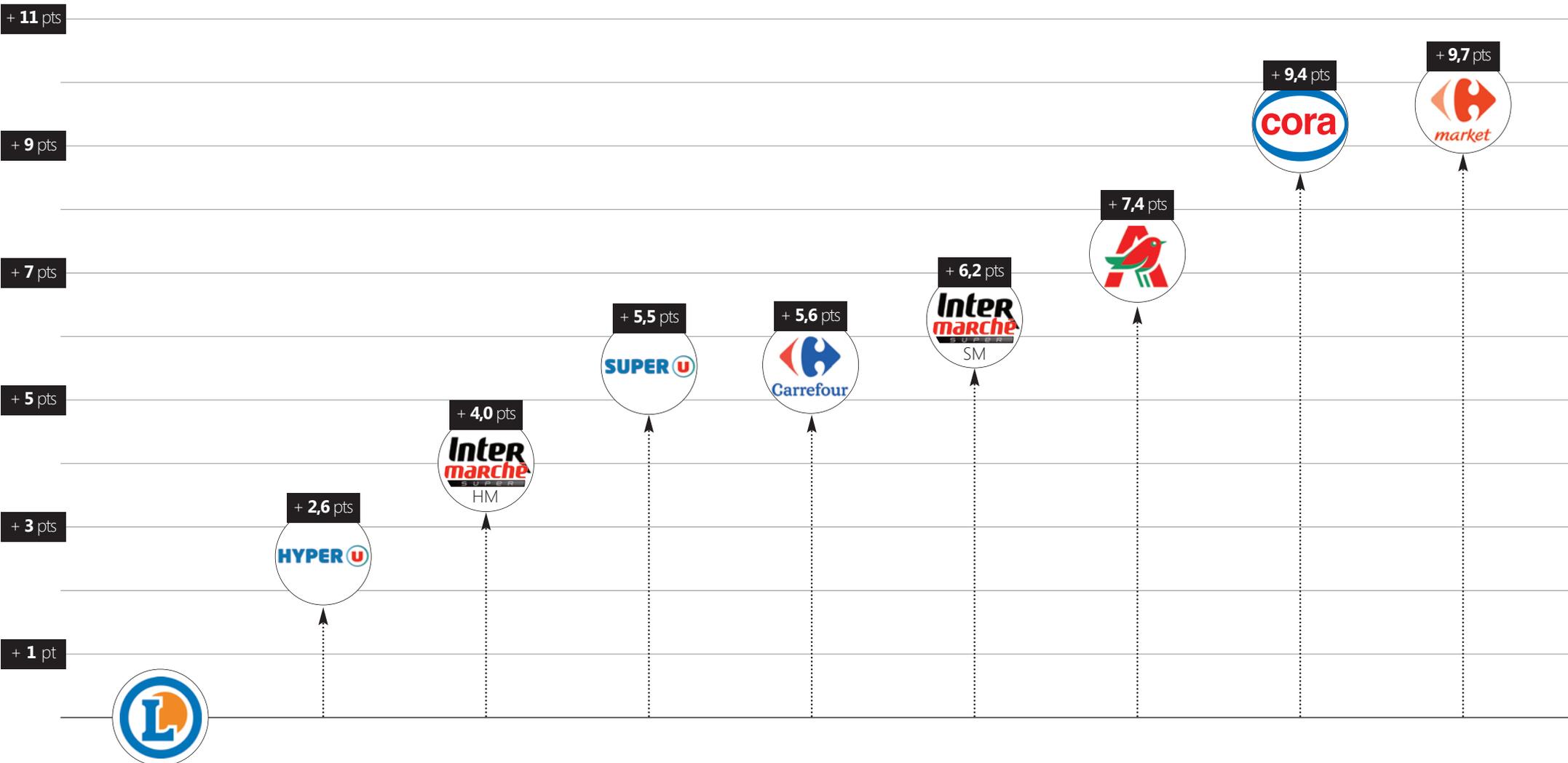
a3distrib
by NielsenIQ



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

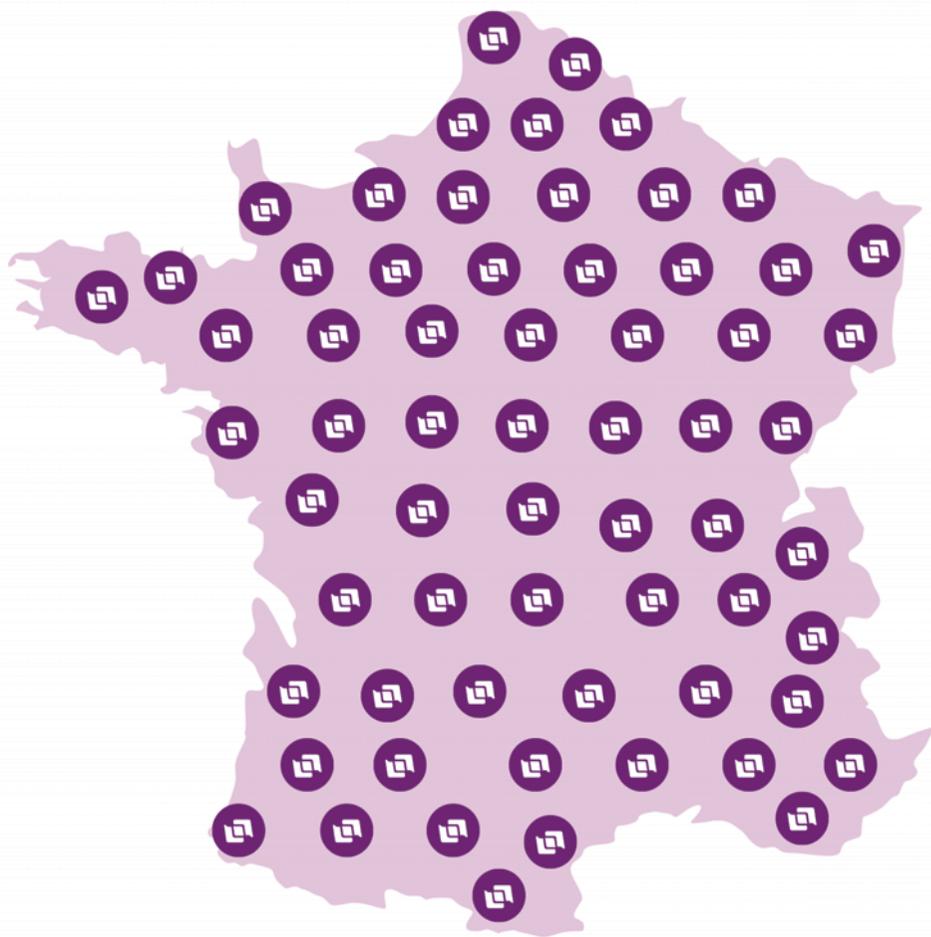
Août 2024

a3distrib
by NielsenIQ



Tut Tut

La livraison à domicile
collaborative et **responsable**



 2 000 partenaires

 135 000 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

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

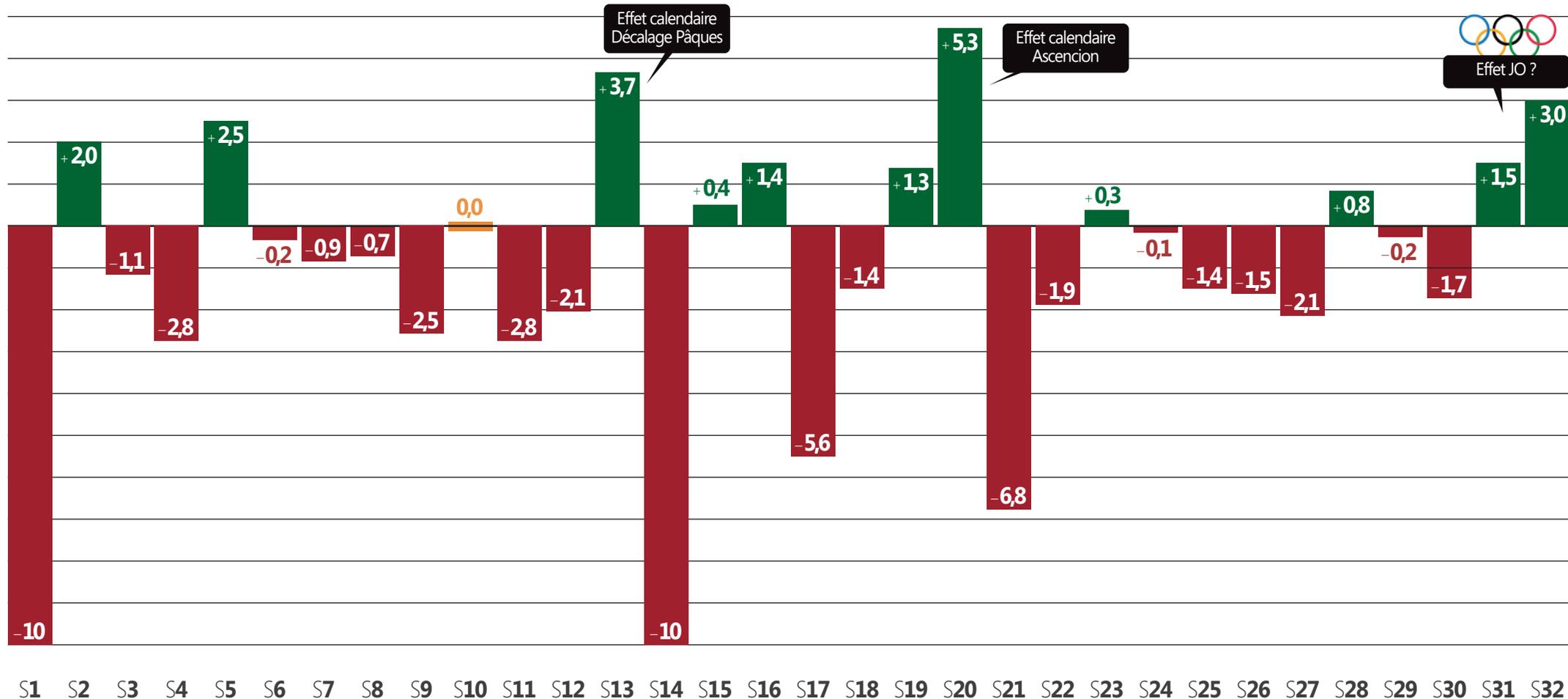
LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION HEBDOMADAIRE DES VOLUMES 2024



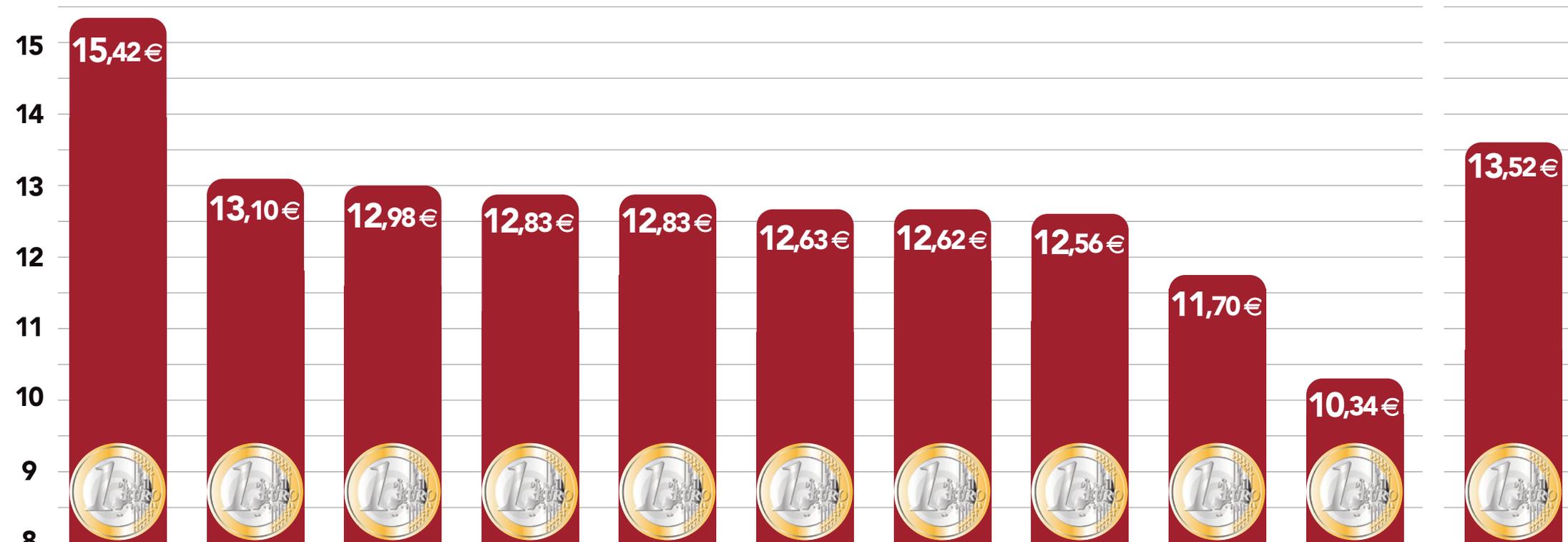
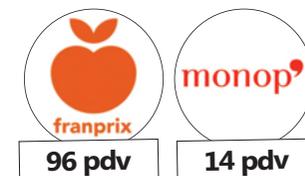
Tous circuits GSA hors discount (vs même semaine N-1)



JO : QUELS SONT LES TOURISTES LES + DÉPENSISERS ?

> Panier moyen selon l'origine de la carte bancaire

Sur 110 magasins de ProDistribution
Étude sur 720 000 transactions
Du 27 juillet au 7 août



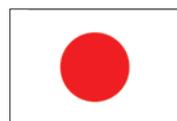
ÉTATS-UNIS



ESPAGNE



BRÉSIL



JAPON



ITALIE



ALLEMAGNE



PAYS-BAS



AUSTRALIE



G. BRETAGNE



BELGIQUE

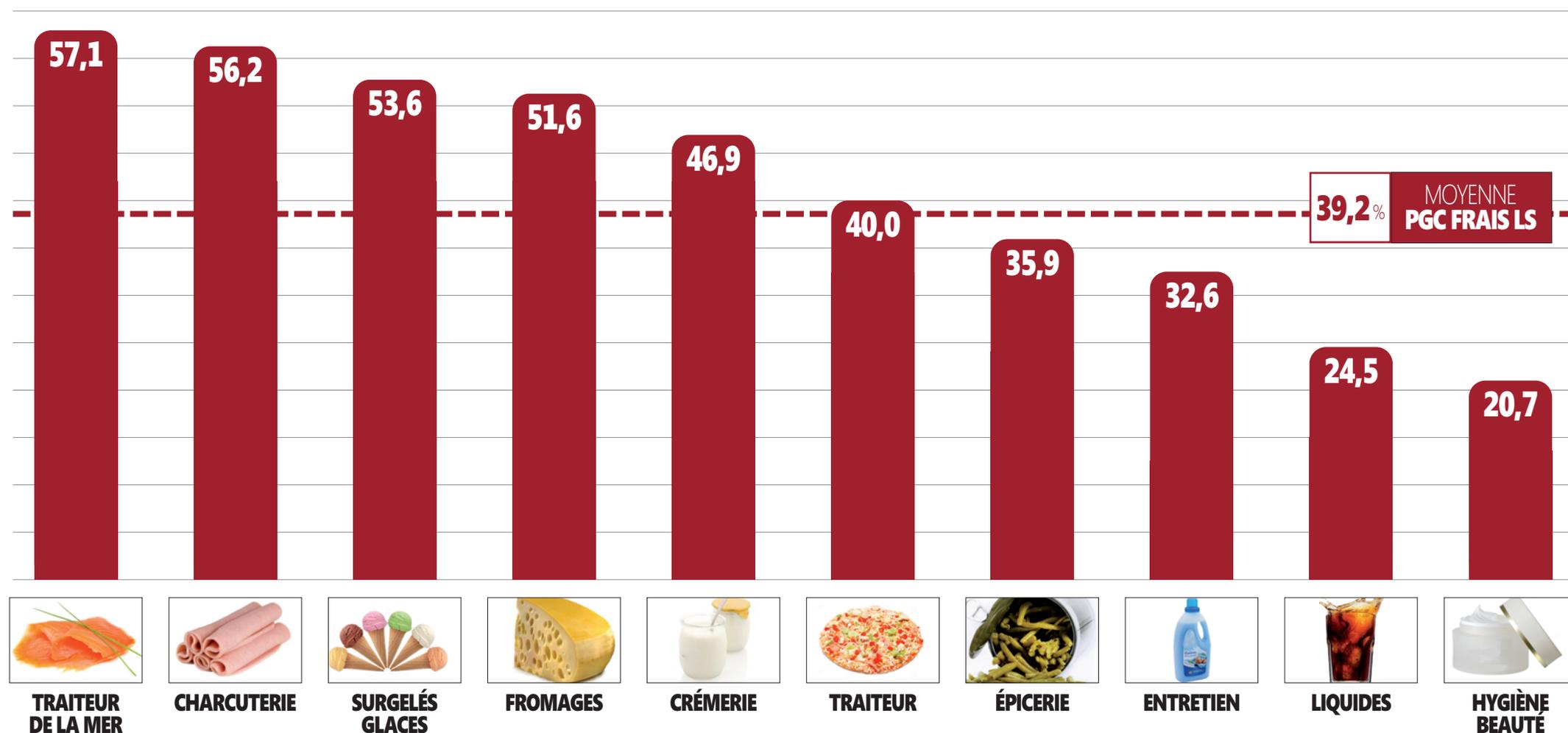


Tous clients français

LE POIDS DES MDD PAR RAYON (EN CA)

en CAM à P4 2024, Univers PGC Frais LS

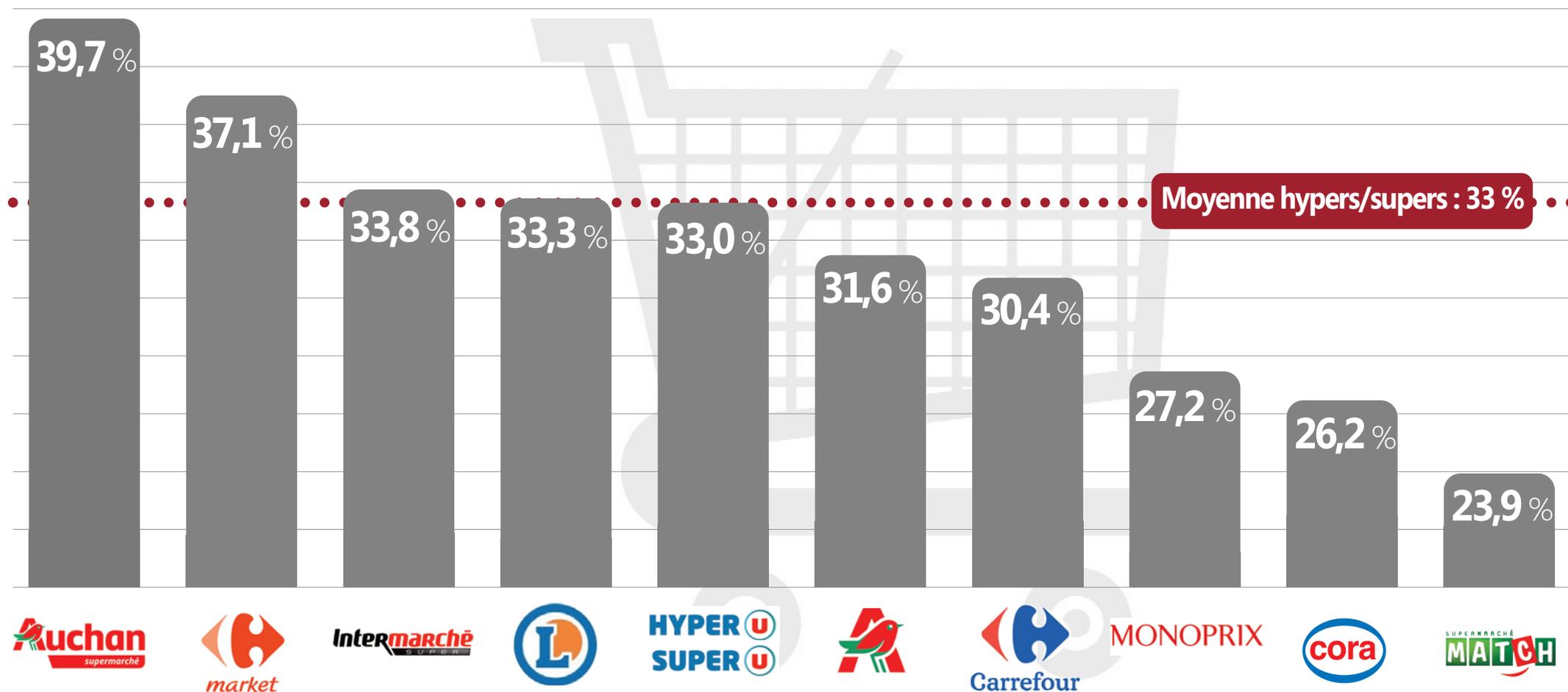
KANTAR



LE POIDS DES MDD PAR ENSEIGNE (EN CA)

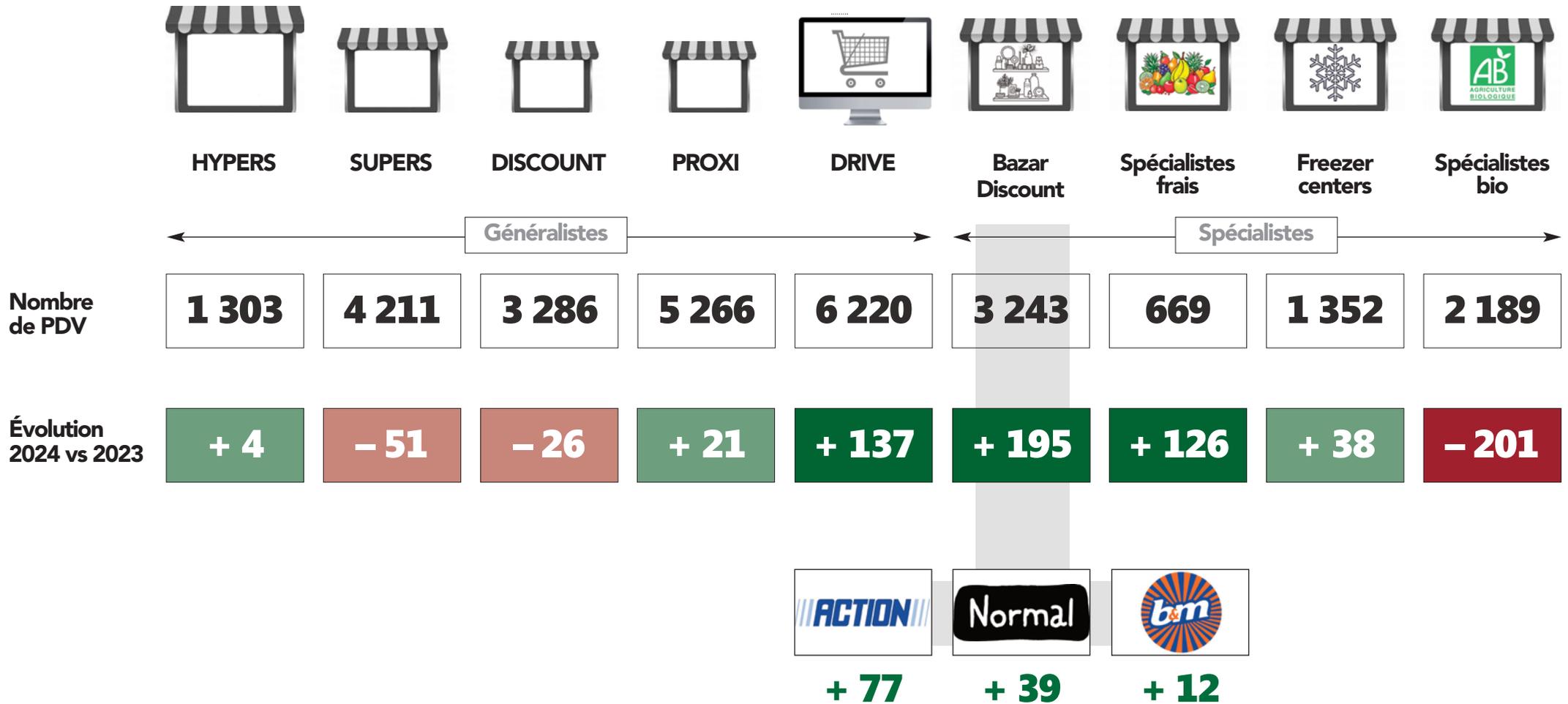
KANTAR

> PGC Frais LS (Univers : HM/SM, CAM P4 2024)



LE NOMBRE DE POINTS DE VENTE PAR CIRCUIT

NielsenIQ



LES ENSEIGNES ALLIÉES DU POUVOIR D'ACHAT ?

“opinionway bonial

Diriez-vous que chacune des enseignes suivantes vous aide à améliorer votre pouvoir d'achat ?
De 1 (pas du tout) à 10 (beaucoup), juin 2024

> Le top 3 alimentaire



> Le top 3 non-alimentaire

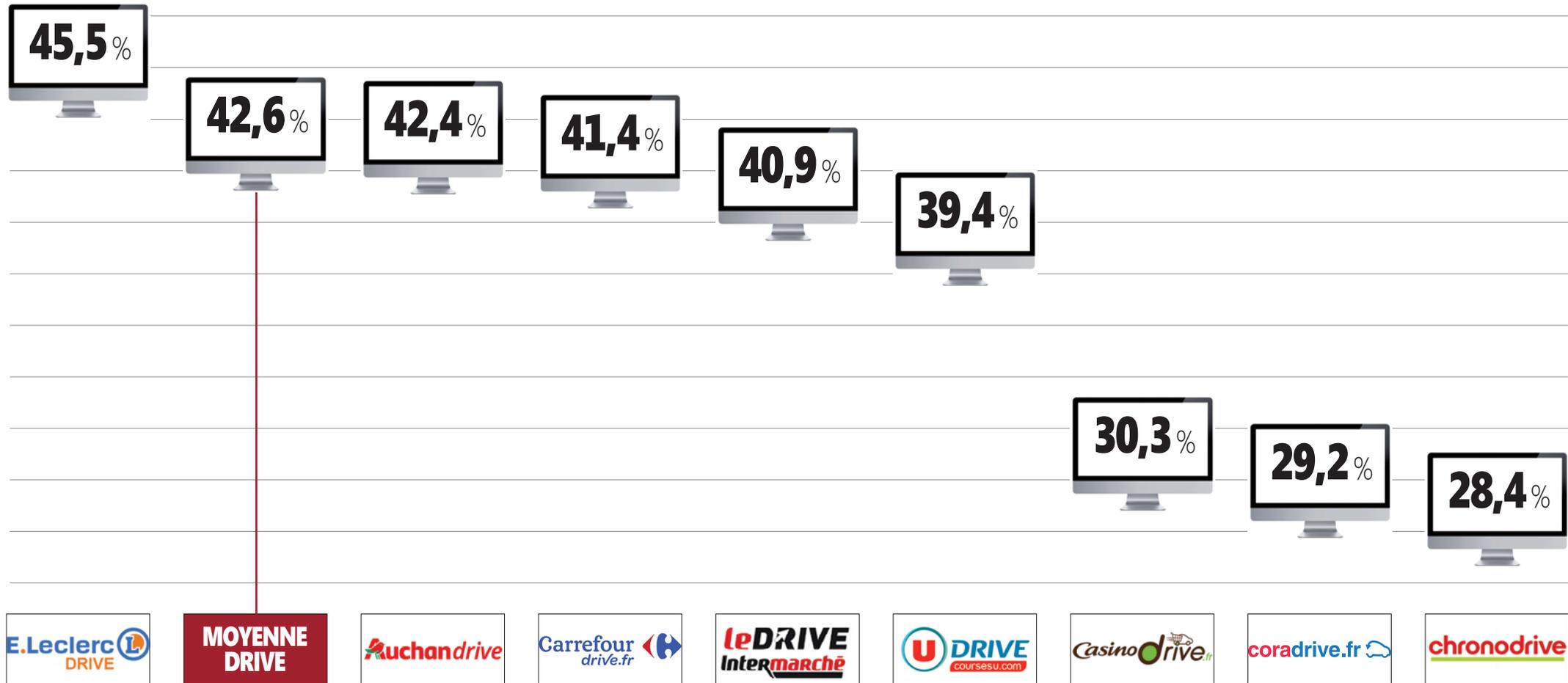


LE POIDS DES MDD PAR ENSEIGNE DRIVE (EN CA)



KANTAR

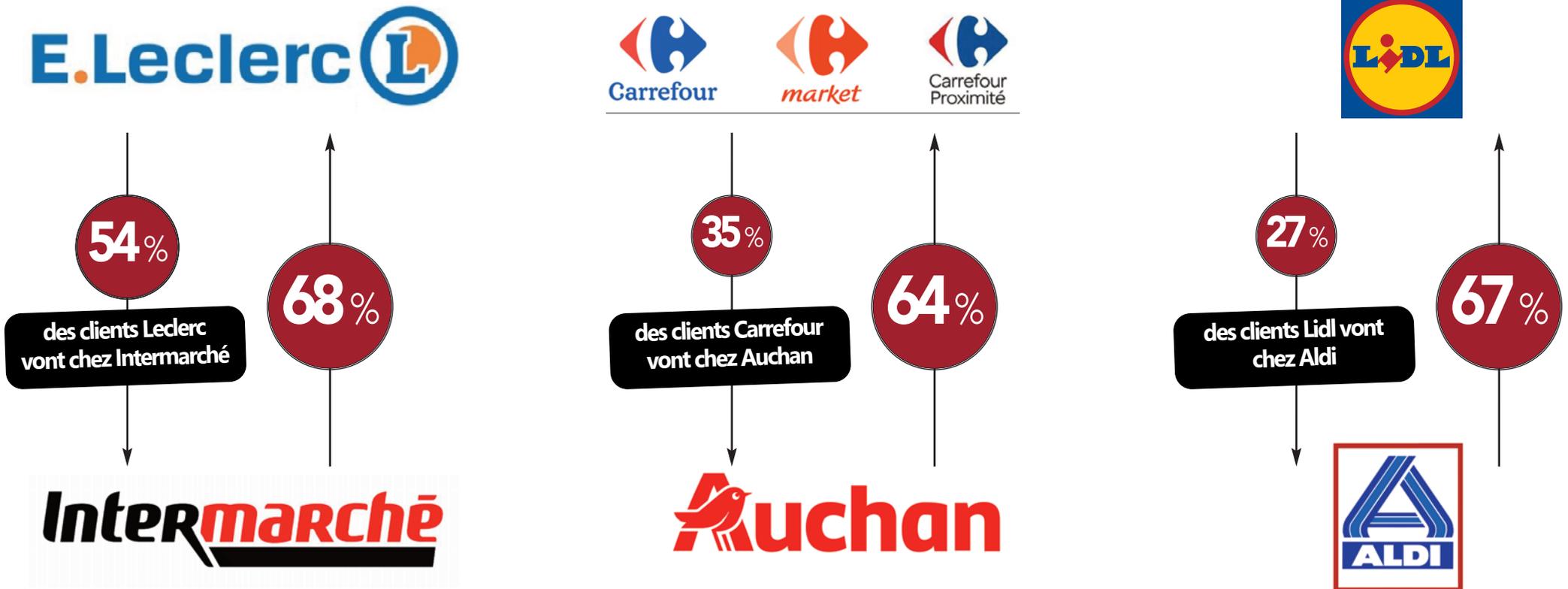
en CAM à P4 2024, Univers PGC Frais LS



MIXITÉ DE CLIENTÈLE : DUELS D'ENSEIGNES



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



MIXITÉ : OÙ VONT AUSSI LES CLIENTS LECLERC ?



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



59 % des clients Leclerc
vont aussi chez Carrefour,
54 % chez Intermarché, etc.



Autres enseignes : 10 % et –

MIXITÉ : OÙ VONT AUSSI LES CLIENTS U ?



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

Coopérative 

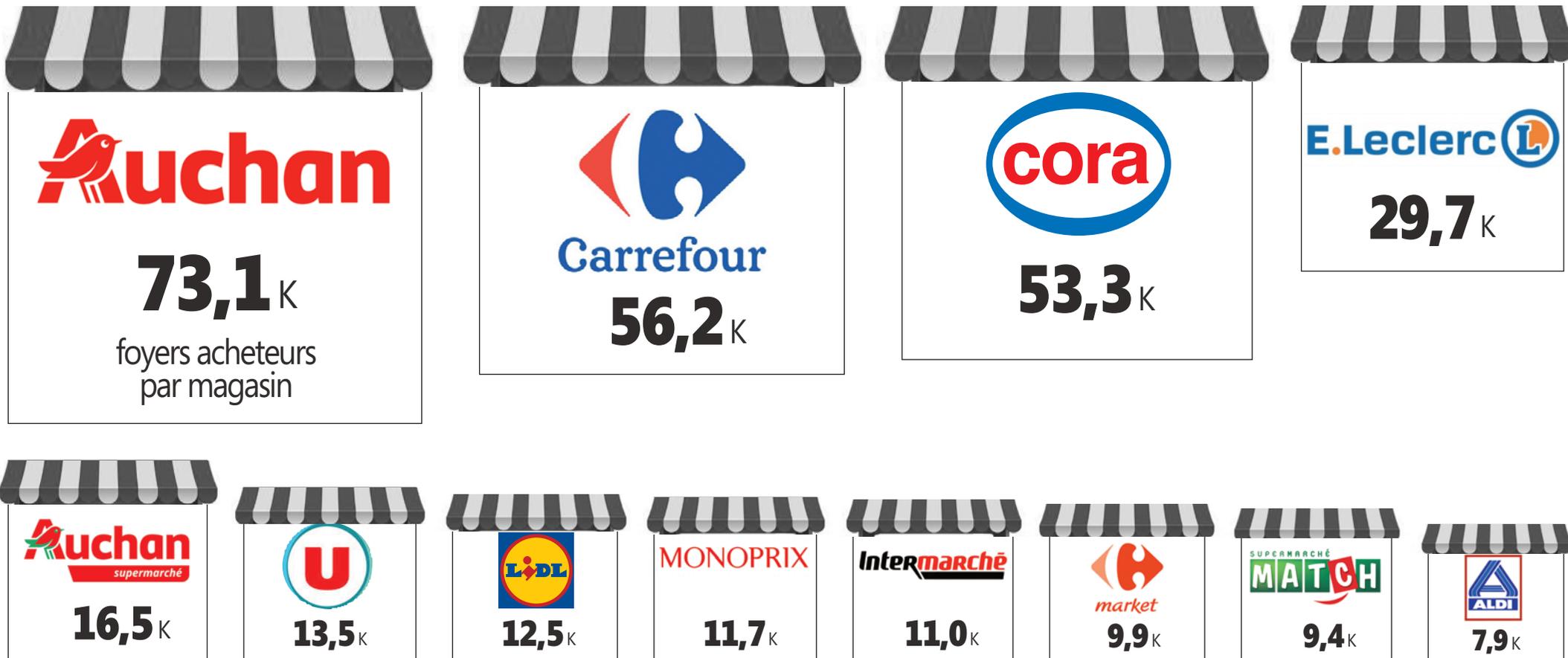
71 % des clients U
vont aussi chez Leclerc;
58 % chez Leclerc, etc.



QUELS MAGASINS (DE QUELLES ENSEIGNES) ATTIRENT LE + DE CLIENTS

NielsenIQ

Nombre de foyers acheteurs par magasin (en milliers). PGC Frais LS CAM P2 2024



QUELLES SONT LES OFFRES LES + ATTRACTIVES SUR LES PROSPECTUS ?



Pour établir ce classement, Bonial mesure le "taux de clic" de chacune des offres présentées sur la plateforme, ce qui traduit le niveau d'attractivité de l'offre : le produit / le prix / la mécanique promo. PÉRIODE : **JUILLET 2024 / alimentaire**

<p>1^e</p> <p>-50% SUR LE 2^{ème}</p> <p>13€99 L'UNITÉ 10€49 SOIT PAR 2 L'UNITÉ</p> <p>BIÈRE BLONDE 5% VOL. HEINEKEN 20 x 25 cl (15 L)</p> <p>Le lot : 2400 au X2 2410</p> <p>SPAR</p>	<p>2^e</p> <p>-50% SUR LE 2^{ème}</p> <p>11€19</p> <p>BIÈRE HEINEKEN 5% VOL. 180ml - 24x3</p> <p>UNITE : 14€92</p> <p>Casino</p>	<p>3^e</p> <p>LE 2^{ème} A -50% DE REMISE IMMEDIATE</p> <p>11€50 *</p> <p>BIÈRE BLONDE HEINEKEN 5% VOL. 180ml - 24x3</p> <p>UNITE : 14€92</p> <p>Casino</p>	<p>4^e</p> <p>-30% DE REMISE IMMEDIATE</p> <p>€7.69 *</p> <p>HUILE D'OLIVE ITALIENNE VIERGE EXTRA ITALIANS DO IT BETTER</p> <p>italians do it better</p> <p>EXTRA VIRGINE</p> <p>Produit Description</p> <p>Le pack de 24 bouteilles (soit 6 L) L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération. 1,50€ le 2ème pack. Soit les 2 pack : 22,50€ Le L. des 2 : 1,80€</p>	<p>5^e</p> <p>Soit 0€09 La dosette</p> <p>8€49</p> <p>Le lot de 96</p> <p>DOSETTES CLASSIQUE N°5 CARTE NOIRE</p> <p>Format spécial 2x48 dosettes, 672g</p> <p>Soit le kg : 12€65</p> <p>Comptible senseo</p> <p>MAXI FORMAT X48</p>
<p>6^e</p> <p>LE 2^{ème} A -50% DE REMISE IMMEDIATE</p> <p>€6.90 *</p> <p>LAIT UHT VITAMINE 1% MG VIVA</p> <p>Product Description</p> <p>Le pack de 6 briques (soit 6 L) Origine France 3,45€</p> <p>Le 2ème pack Soit les 2 pack : 10,35€ Le L des 2 : 0,86€</p>	<p>7^e MONOPRIX</p> <p>-50% SUR LE 2^{ème} ARTICLE IMMEDIATEMENT</p> <p>6€22 L'UNITÉ</p> <p>BIÈRE HEINEKEN 5% VOL. 180ml - 24x3</p> <p>UNITE : 14€92</p> <p>Casino</p> <p>*Bière "Heineken" 5% vol. Le pack de 12 bouteilles de 25 cl 12€43 les 2 au lieu de 16€58 2€08 le litre au lieu de 2€77</p>	<p>8^e</p> <p>-50% SUR LE 2^{ème} ARTICLE IMMEDIATEMENT</p> <p>3€50</p> <p>Pâte à tartiner NUTELLA</p> <p>400g</p> <p>Le kg : 7€61 - l'unité : 4€67</p> <p>Casino</p> <p>nutella</p>	<p>9^e</p> <p>-25% DE REMISE IMMEDIATE</p> <p>€5.22 *</p> <p>LAIT UHT DEMI-ECREME GRANDLAIT</p> <p>Product Description</p> <p>Le pack de 6 bouteilles (soit 6 L) Origine France</p>	<p>10^e</p> <p>-50% SUR LE 2^{ème} ARTICLE IMMEDIATEMENT</p> <p>4€79 L'UNITÉ</p> <p>MONOPRIX</p> <p>Pâte à tartiner "Nutella"</p> <p>Le pot de 825 g</p> <p>9€58 les 2 au lieu de 12€78</p> <p>5€81 le kg au lieu de 7€75</p>

LES MARQUES LES + EN CROISSANCE (VOLUME) À PARIS POUR LES JO

NielsenIQ

Paris intra-muros – S31 + S32 2024 vs an-1 – En milliers d'unités consommateurs



4 -		+133 k UC	+52%
5 -		+113 k UC	+57%
6 -		+102 k UC	+76%
7 -		+83 k UC	+27%
8 -		+76 k UC	+65%
9 -		+59 k UC	+87%
10 -		+48 k UC	+37%

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