

CONSO SCOPIE

Les insights pour comprendre la consommation

Novembre 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

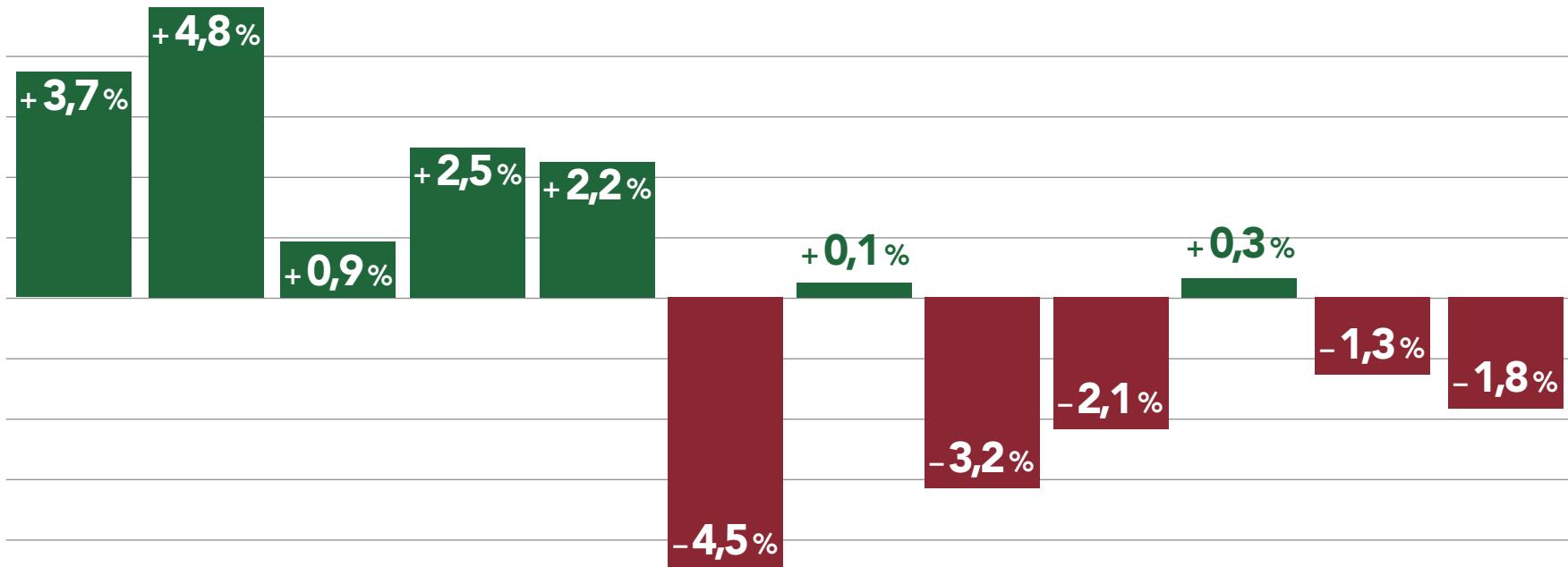
Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2024

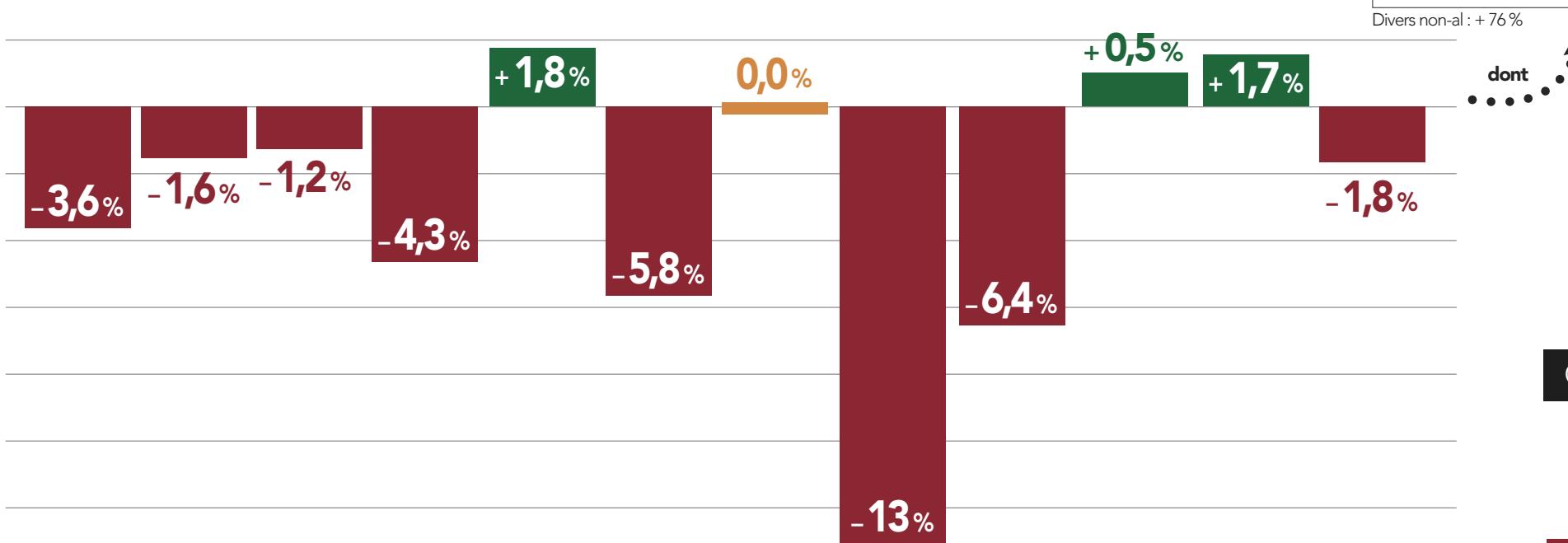
en valeur

-0,5 %



ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2024

en valeur

-2,9%

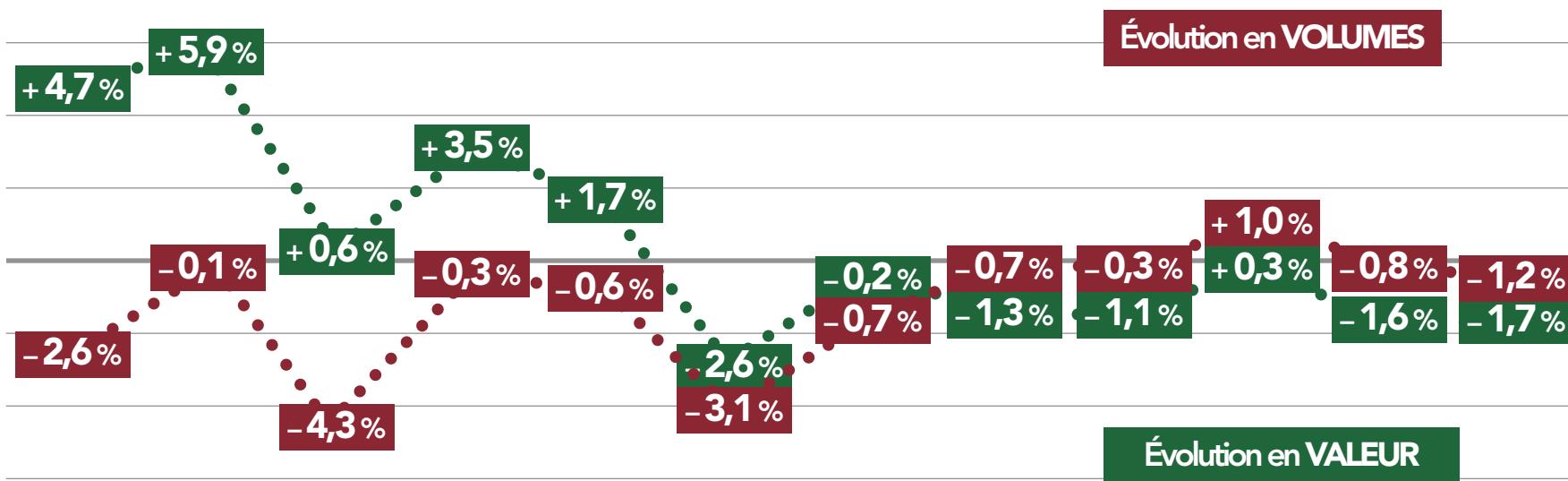


ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2024



en volumes

- 1,0 %

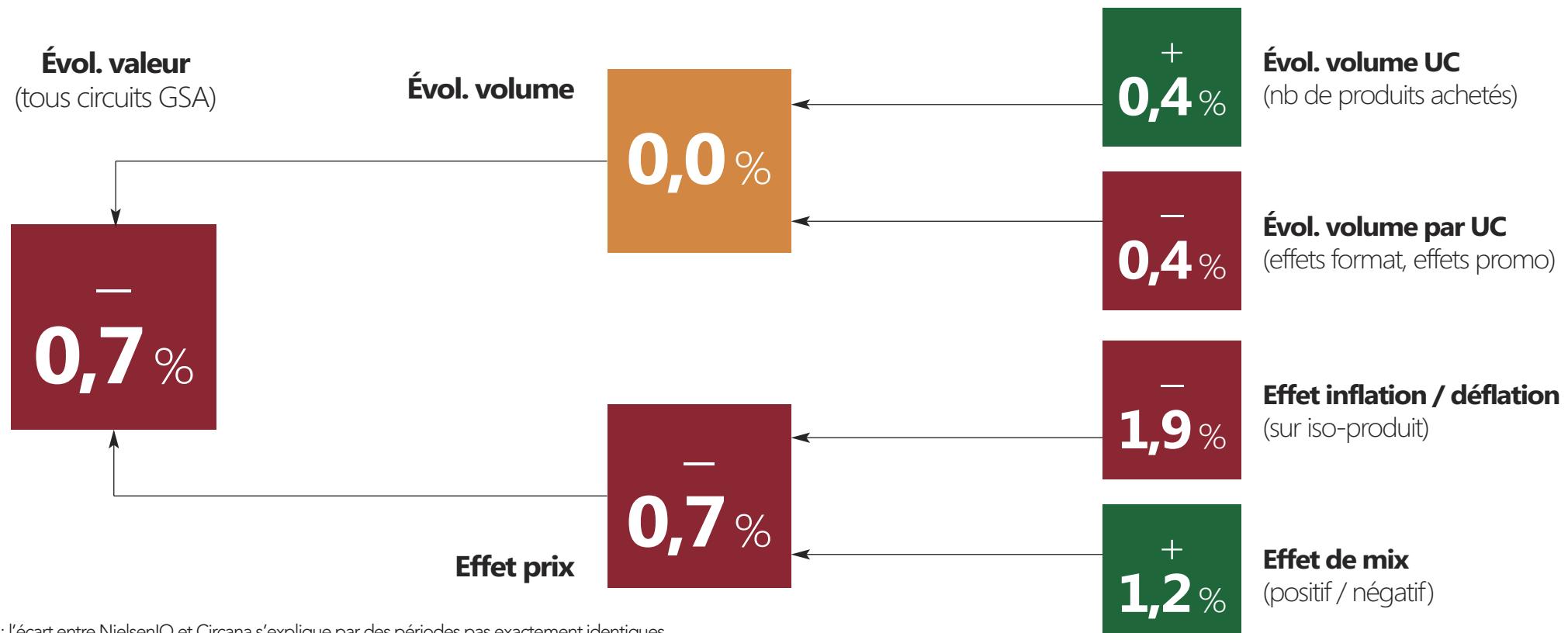
en valeur

- 0,2 %

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

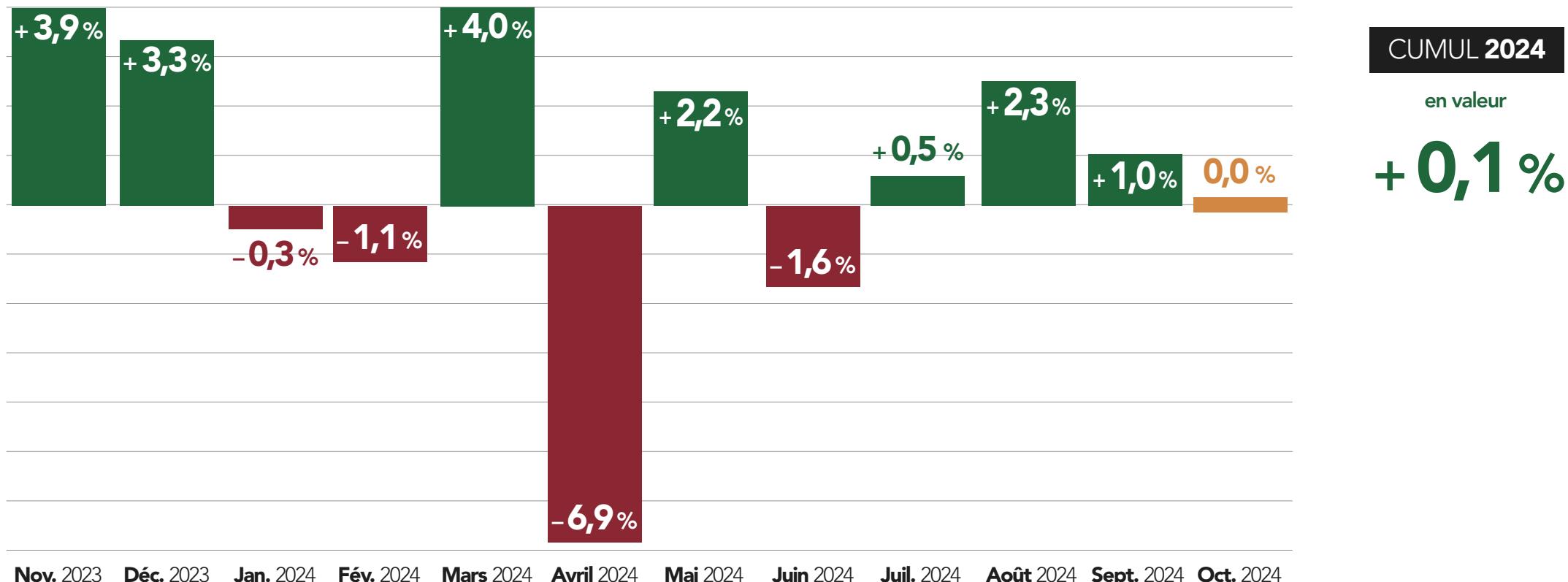
P10 2024, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

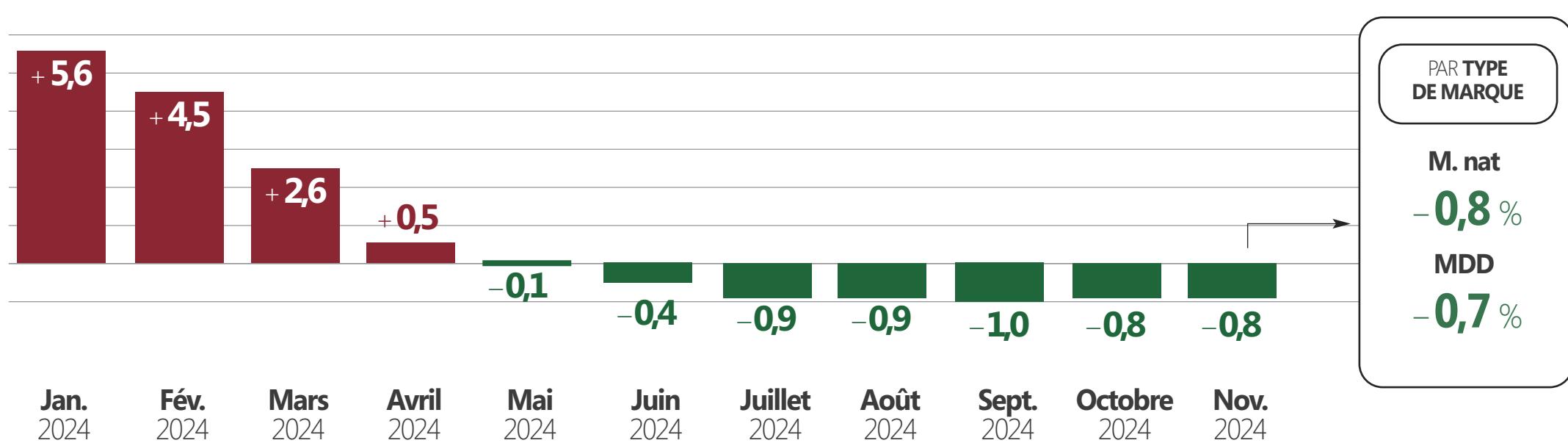
ÉVOLUTION DU CA POIDS VARIABLE (frais traditionnel)

Hypers supers e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS

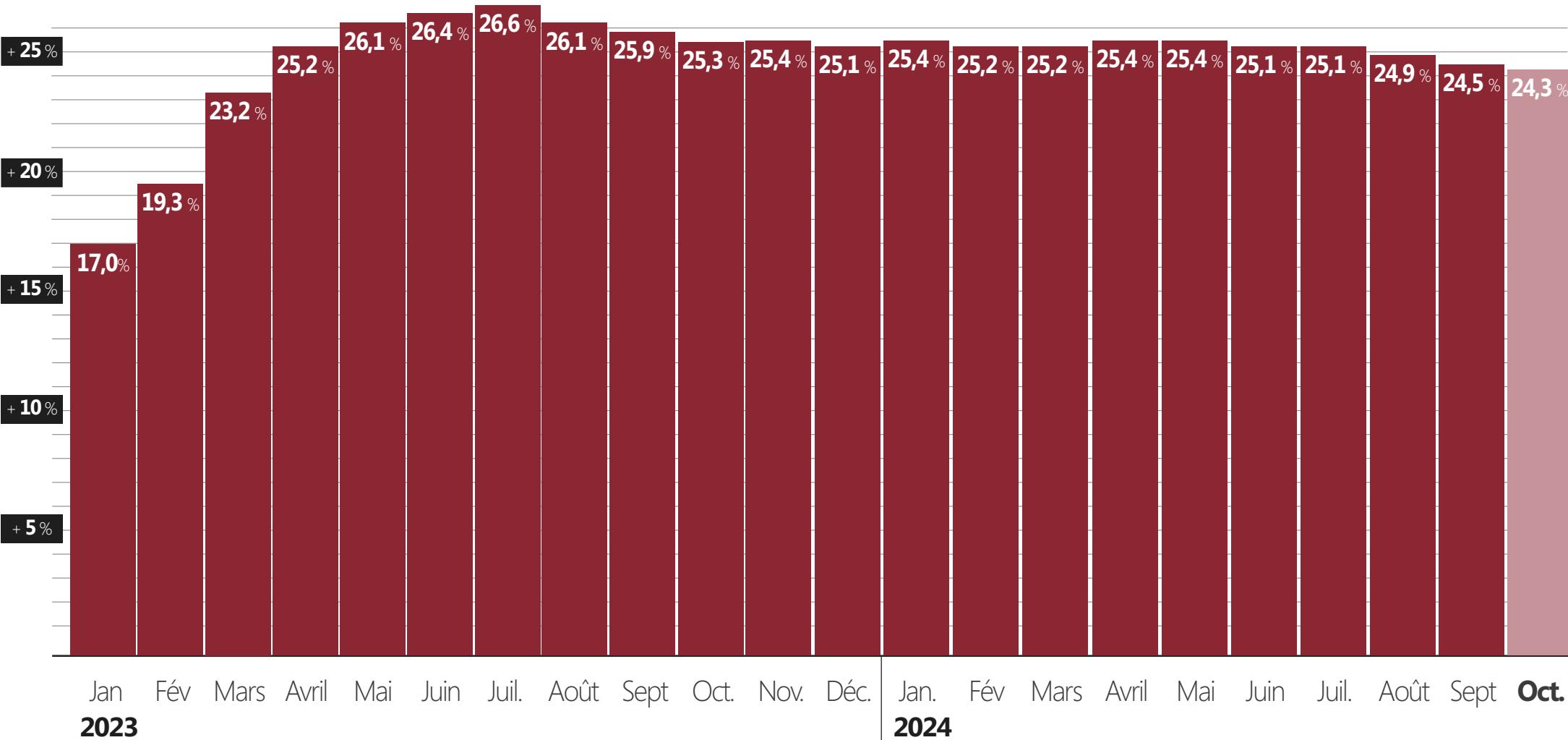
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

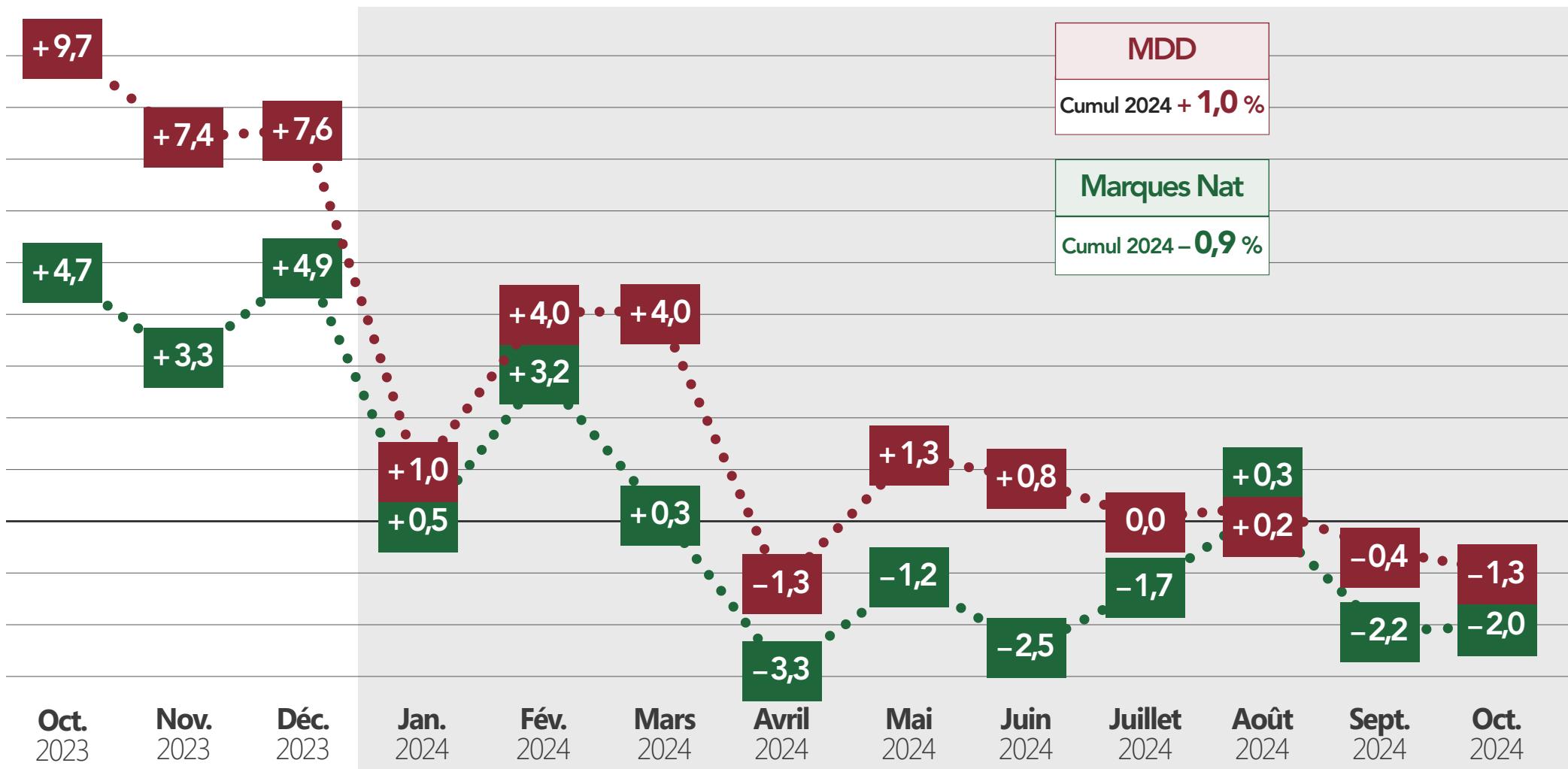
a3distrib
by NielsenIQ

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



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

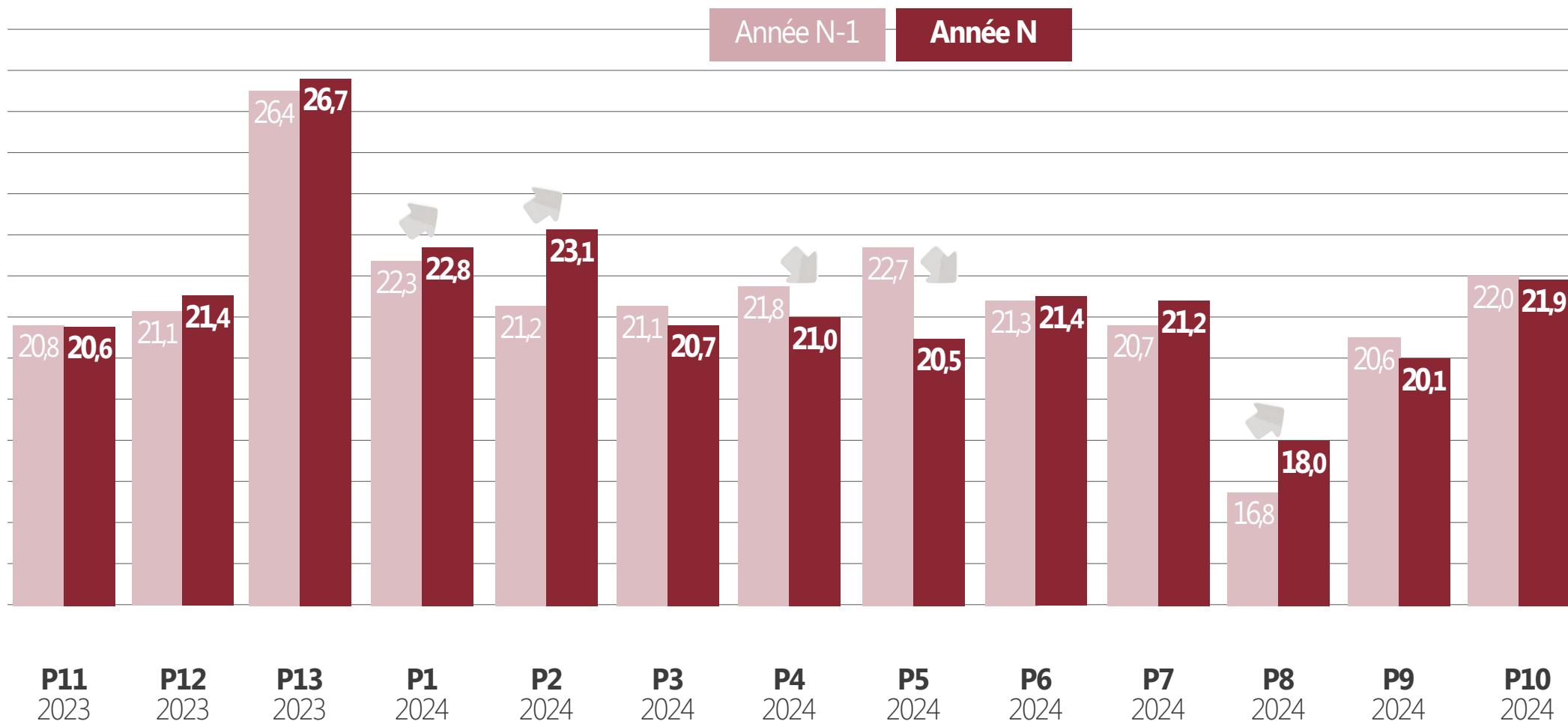
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

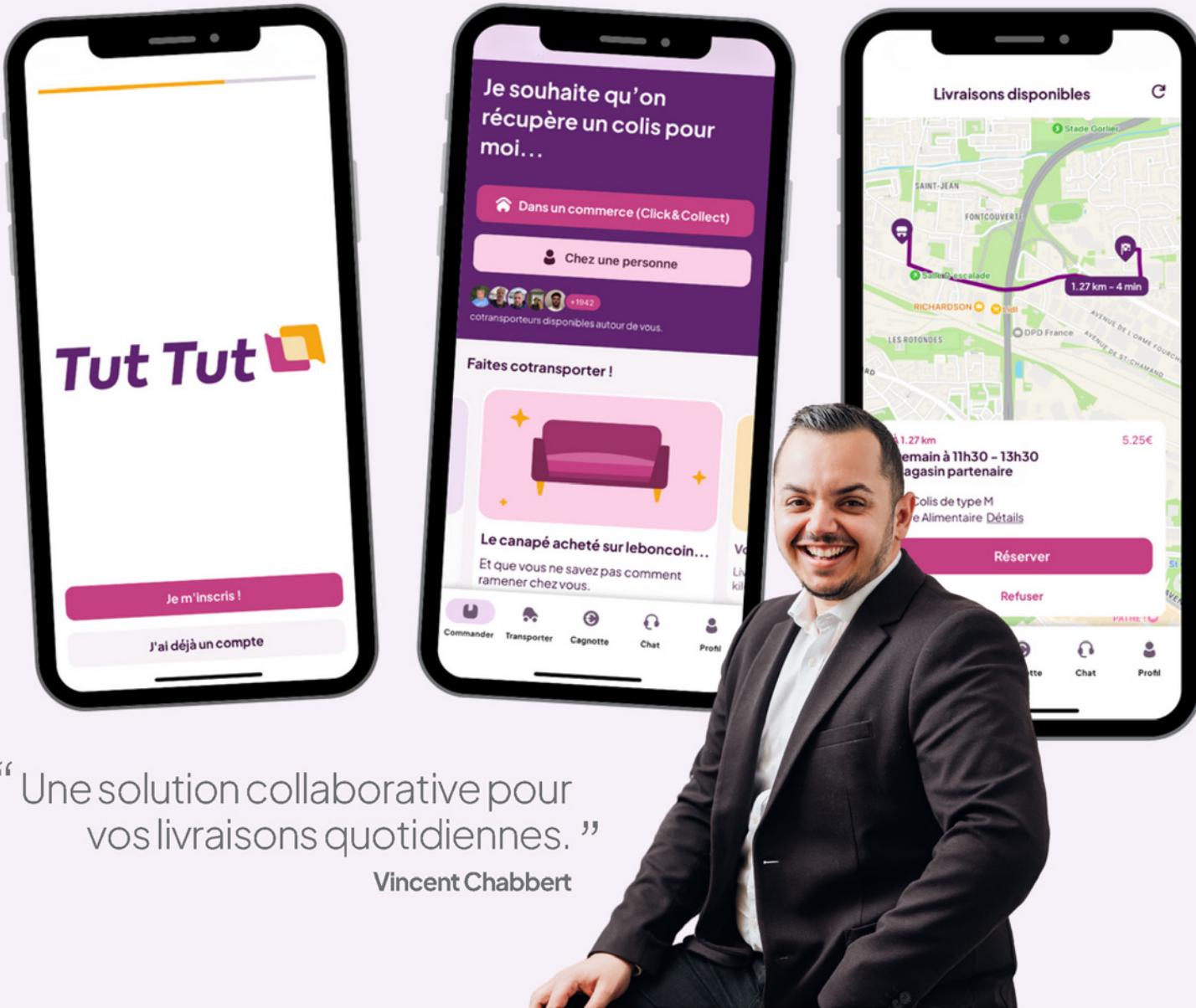
% des ventes promo sur PGC Frais LS, HM/SM





Notre nouvelle appli est disponible !

- 🤝 + de 2 000 partenaires
- 🚗 170 000 cotransporteurs
- ⭐ 4,87/5 - note clients
- 🇫🇷 Couverture nationale



“ Une solution collaborative pour vos livraisons quotidiennes. ”

Vincent Chabbert

Ils nous font confiance

Intermarché

CENTRAKOR

weldom
Bricoler - Jardiner - Décorer

SUPERMARCHÉ MATCH

Carrefour livré chez vous

Mr.Bricolage

E.Leclerc

alinea
la maison française

Office DEPOT

Auchan

COURSES U.com

flunch
TRAITEUR

LE MARCHÉ

→ **LES CIRCUITS**

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P10 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

- 4,9 %

- 0,9 %

+ 0,4 %

- 4,7 %

+ 2,8 %

+ 1,3 %

- 1,3 %

+ 4,9 %

+ 36 %

% des ventes

16,1 %

19,5 %

20,0 %

11,2 %

7,4 %

2,7 %

13,8 %

8,3 %

1,1 %

35,6 %

31,2 %

10,1 %

9,4 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAD P10 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

- 3,2 %

+ 1,4 %

+ 1,2 %

- 3,2 %

+ 2,7 %

+ 2,1 %

- 1,6 %

+ 7,3 %

+ 18 %

% des ventes

16,1 %

19,7 %

20,4 %

11,4 %

7,0 %

2,8 %

13,7 %

7,9 %

0,9 %

35,8 %

31,8 %

9,8 %

8,8 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P10 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**

- 2,8 %

+ 0,1 %

+ 1,3 %

- 3,8 %

+ 2,8 %

+ 2,0 %

- 0,1 %

+ 6,1 %

+ 56 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAD P10 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**

- 3,6 %

+ 0,7 %

+ 1,4 %

- 2,9 %

+ 2,2 %

+ 1,9 %

- 0,5 %

+ 6,2 %

+ 23 %

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)

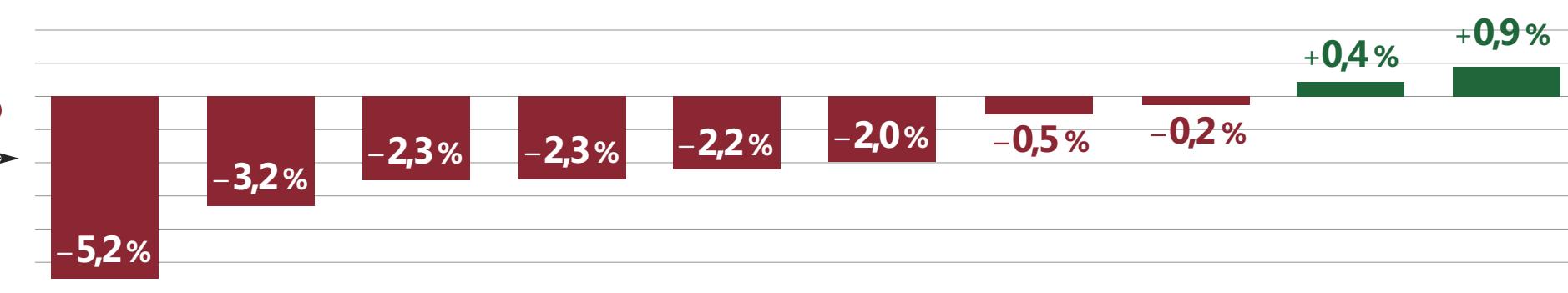
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

Cumul annuel mobile à fin octobre vs N-1, tous circuits



Moyenne PGC FLS

-0,9 %



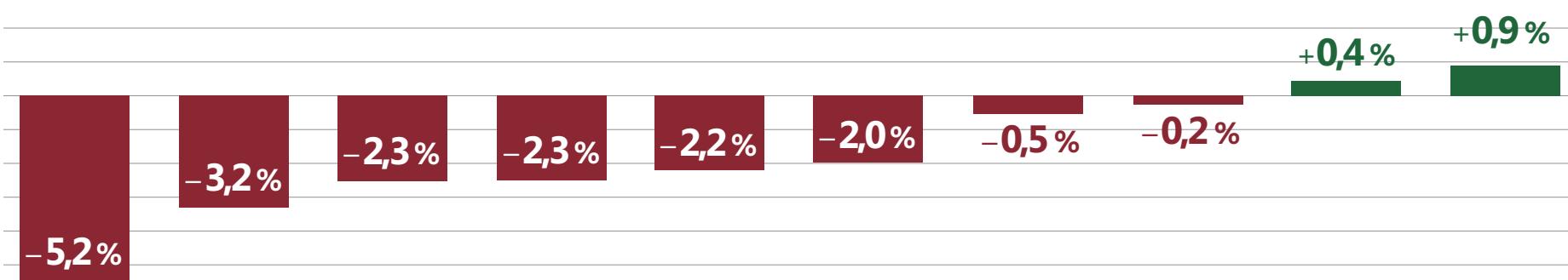
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS

Cumul annuel mobile à fin octobre vs N-1, tous circuits



Moyenne PGC FLS

-0,9 %

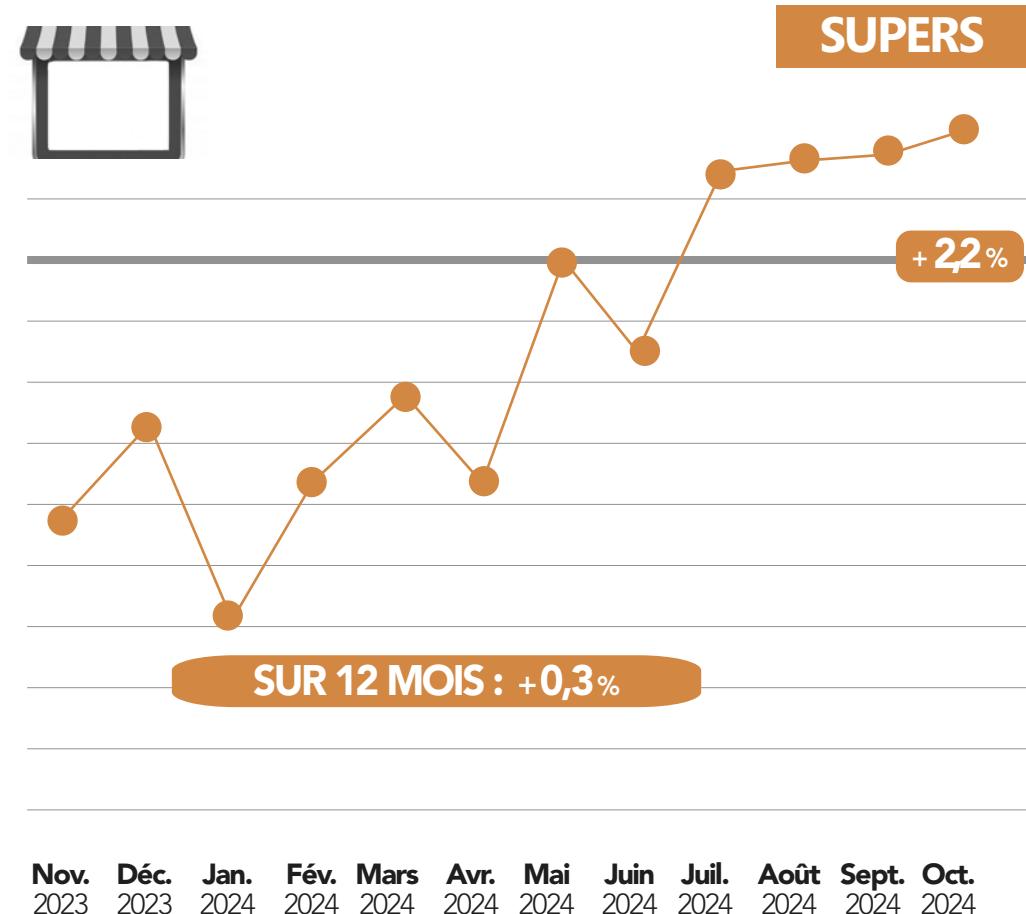
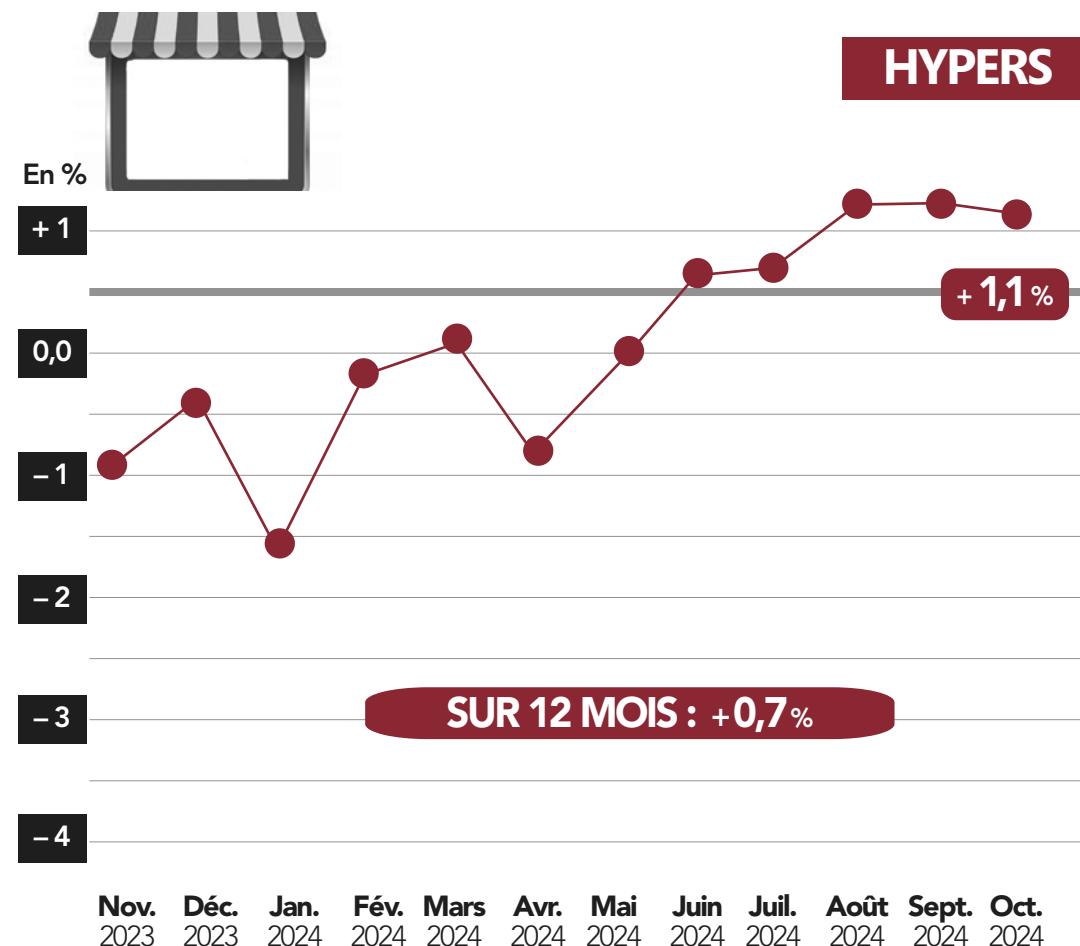


Évol CA

-3,0 % -0,8 % -1,1 % -2,4 % -1,0 % +0,3 % -0,4 % +2,7 % +3,3 % +2,5 %

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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

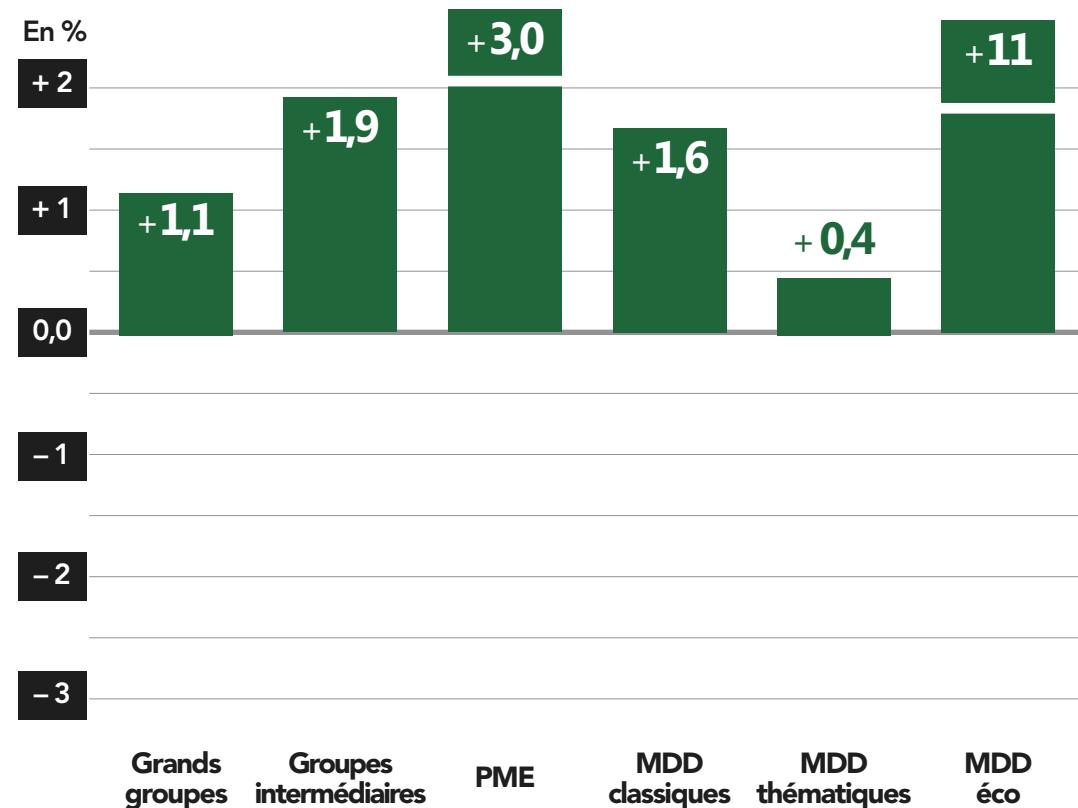


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

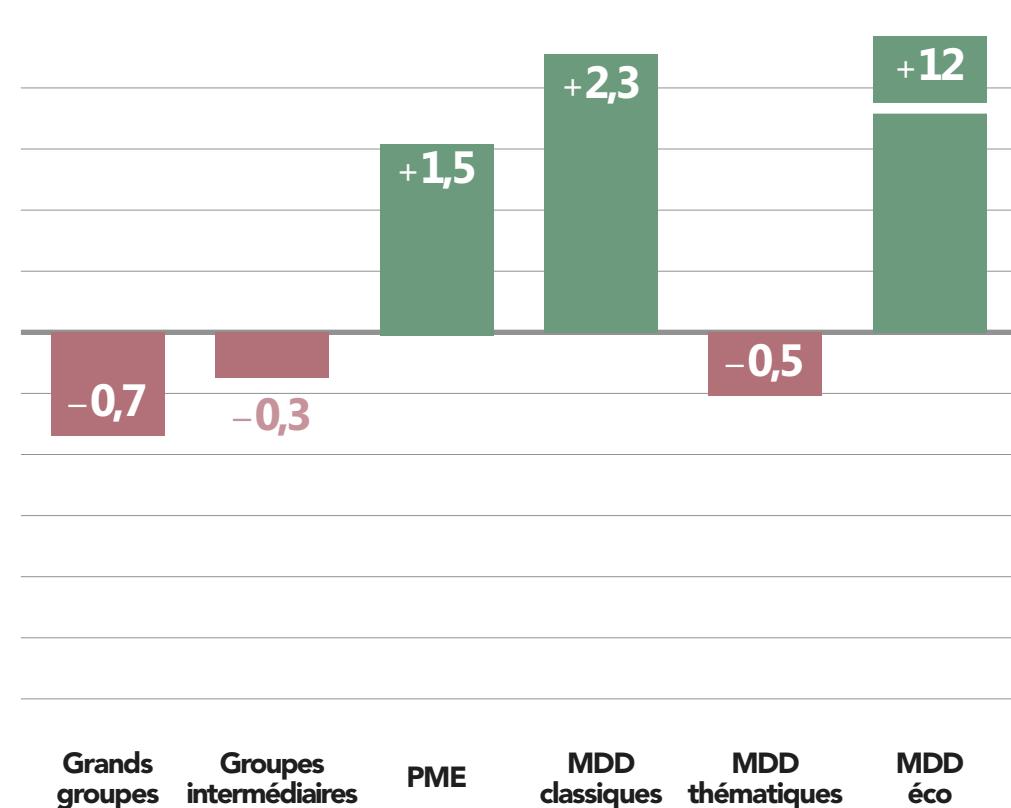
Evol. nombre d'EAN hebdo / mag – PGC FLS, HM SM, en %



OCT. 2024



CUMUL JANVIER-OCT. 2024



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.

“opinionway

+8000
INTERVIEWS

82
ENSEIGNES

12
CATÉGORIES

CONQUEST® 2025



TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P10 2024, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HMSM+SDMP+E-commerce+Proxi

MN
64,7 %

MDD
35,3 %

Grands groupes
46,7 %

ETI
8,8 %

PME
6,9 %

TPE
2,2 %

Standard
29,2 %

Bio
1,8 %

Premium
1,4 %

1^{ers} prix
2,0 %

Évol
des ventes
(vs N-1)

- 2,4 %

+ 1,6 %

+ 2,8 %

+ 4,0 %

- 0,3 %

- 2,1 %

+ 5,5 %

+ 2,8 %

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

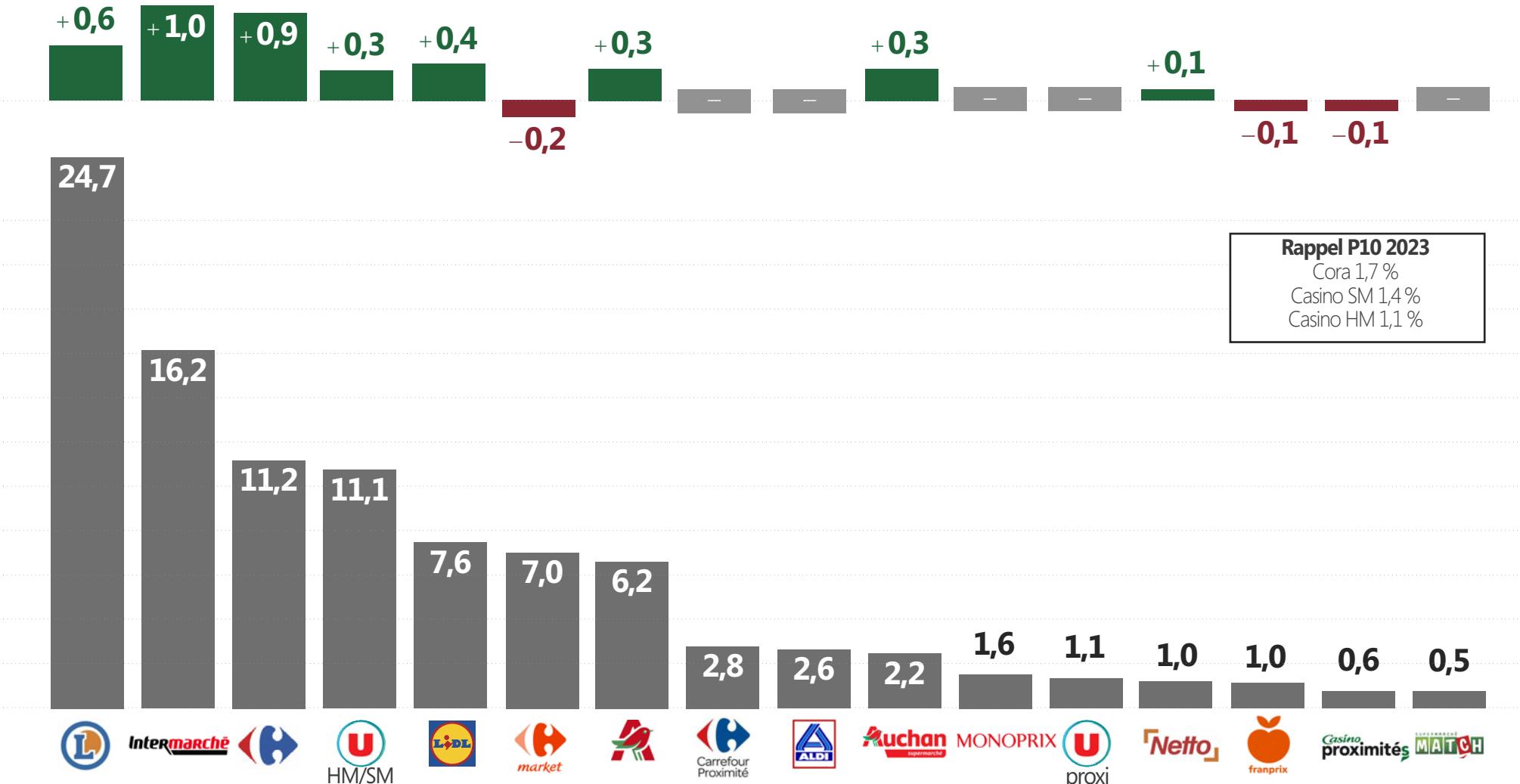
→ **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P10

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

KANTAR

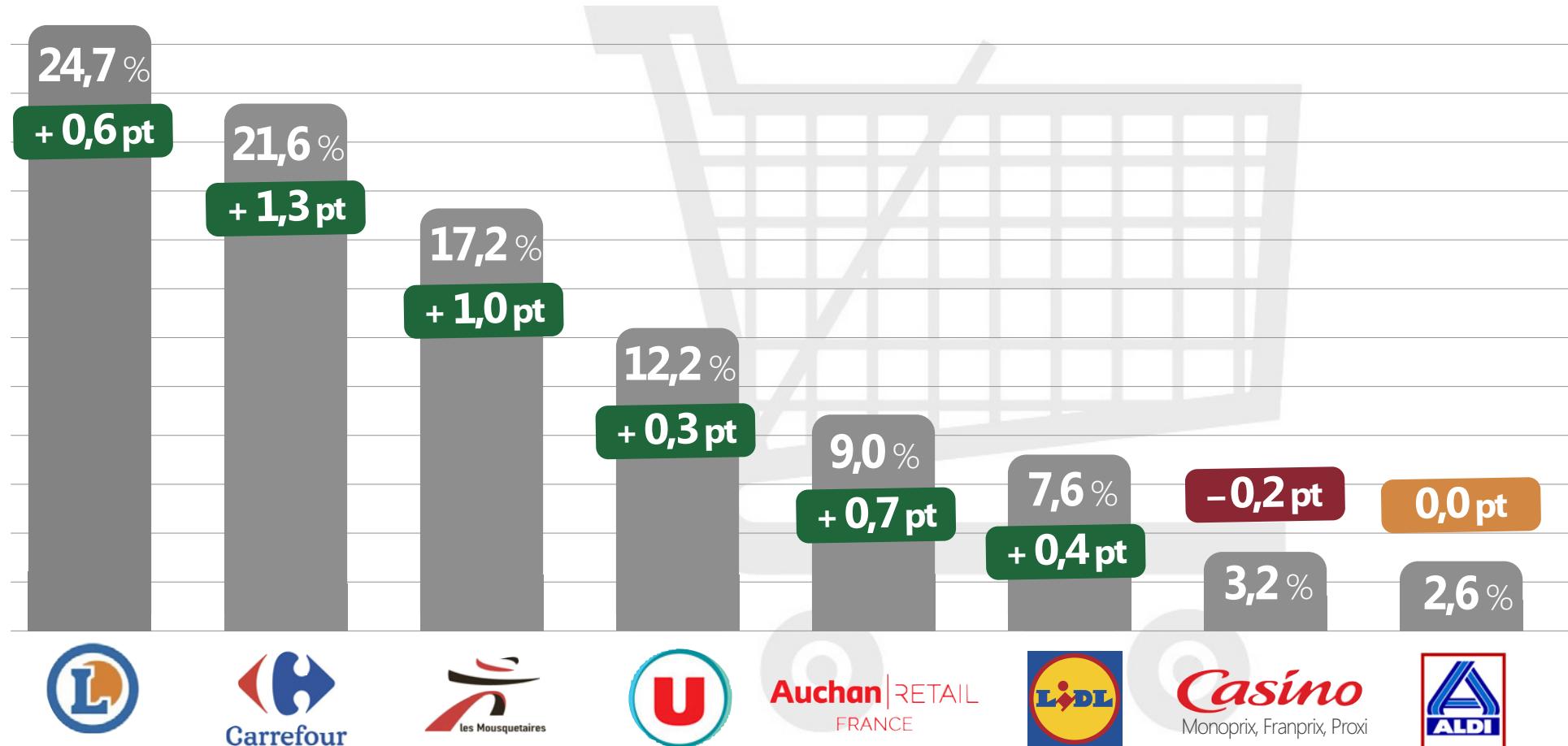


PARTS DE MARCHÉ VALEUR PAR GROUPE

KANTAR

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

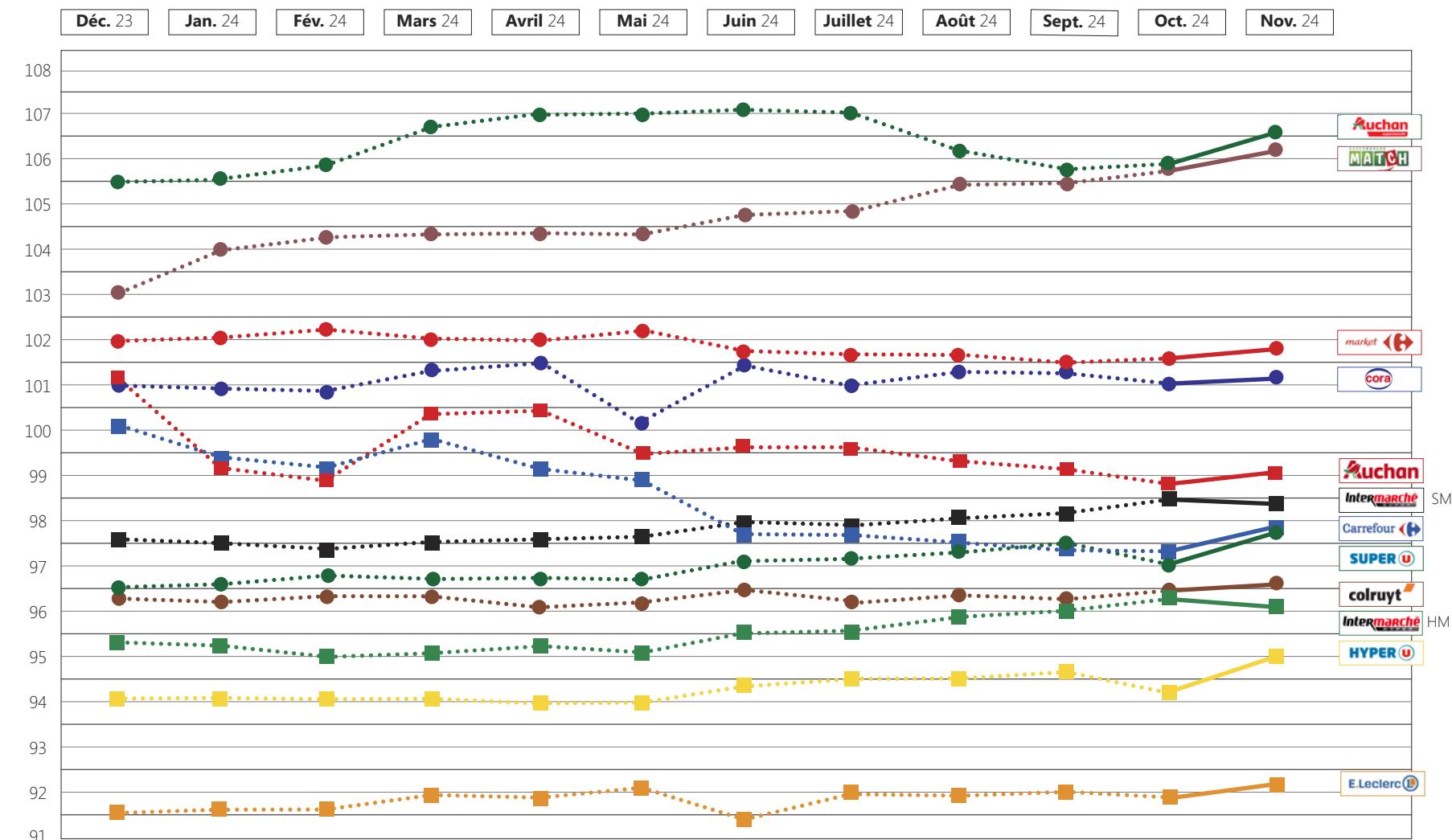
> **PGC Frais LS, P10** (Univers : HM, SM, EDMP, proximité, internet "généraliste", en %, évol vs N-1)



DISTRI PRIX NOVEMBRE 2024

L'indice des prix drive hypers/supers

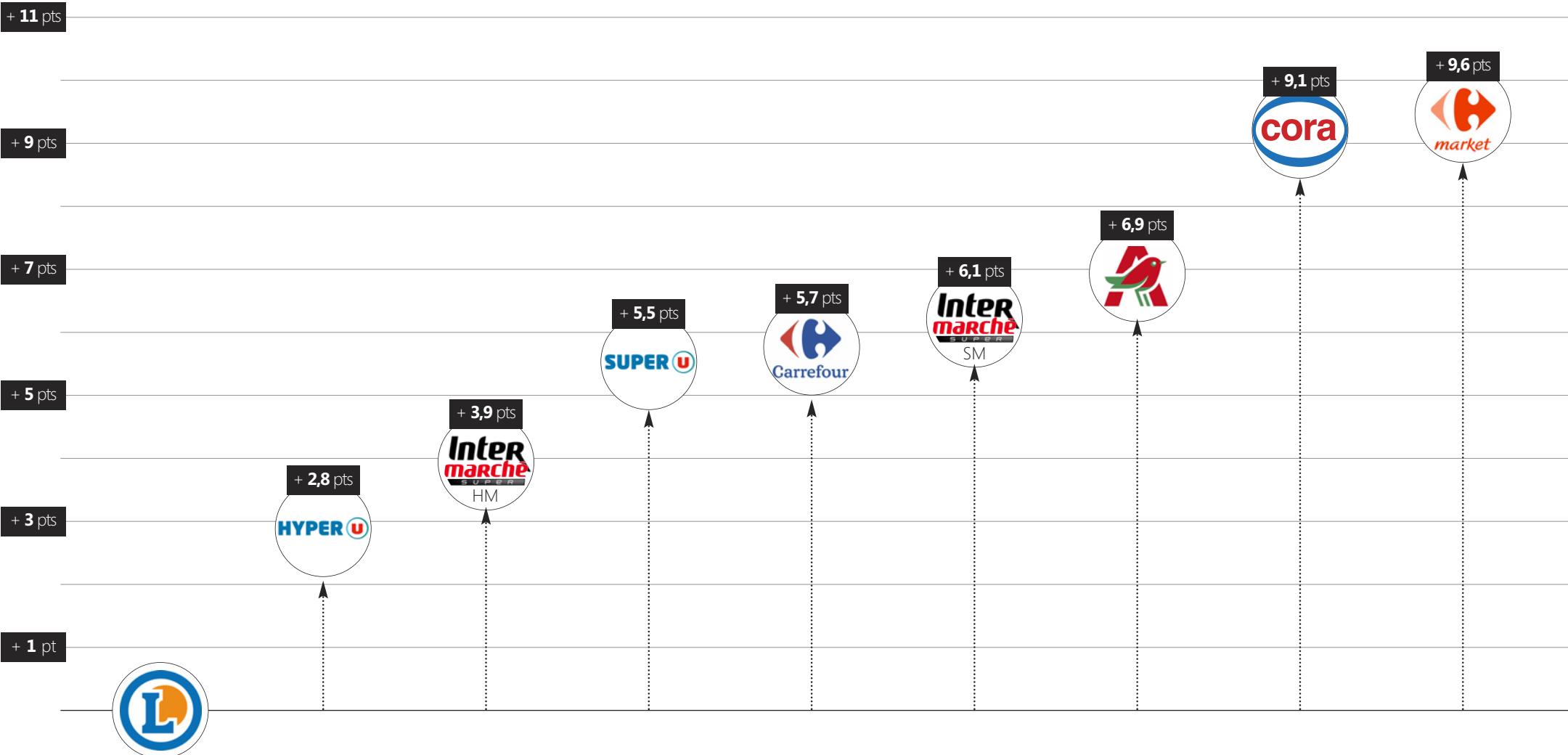
a3distrib
by NielsenIQ



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

Novembre 2024

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

→ **LES BONUS (DU MOIS)**

LE PRIX D'UN POT DE RILLETTES BORDEAU CHESNEL 220 G

SPÉCIAL PRIX 1995/2024



a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 23/11



14,11 F



2,15 €



2,09

pots en 1h
de Smic

En 1 h de SMIC

2,50 €

+ 16 %

3,76

pots en 1h
de Smic



LE PRIX D'UN PACK DE COCA-COLA 6 x 33 CL

SPÉCIAL PRIX 1995/2024



11,59 F



1,76 €



2,55

packs 6 x 33 cl



En 1 h de SMIC



3,87 €

+ 120 %



2,42

packs 6 x 33 cl

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 16/11

LE PRIX DE DANETTE CHOCOLAT x 125 G

SPÉCIAL PRIX 1995/2024



8,57 F



1,31 €



3,4
lots de 4



En 1 h de SMIC



a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 2/11

1,57 €

+ 20 %



6
lots de 4

LE PRIX D'UN KILO DE SPAGHETTI PANZANI

SPÉCIAL PRIX 1995/2024



9,78 F



1,49 €



3,02
paquets de 1 kg



En 1 h de SMIC



1,98 €

+ 33 %



4,74
paquets de 1 kg

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 9/11

SHRINKFLATION : LESSIVE SUPER CROIX "MAROC"

Observations sur 7 000 drives le 30/10

a3distrib
by NielsenIQ

L'ANCIEN PRODUIT

En voie de disparition depuis avril 2024.
Baisse de diffusion tous les mois.
DN 57 en avril à 8 en octobre.

Prix moyen France

10,77 €

2,07 litres

46 lavages



0,23 €/lavage



+ 6 %/lavage



Prix moyen France

10,44 €

1,89 litre

42 lavages



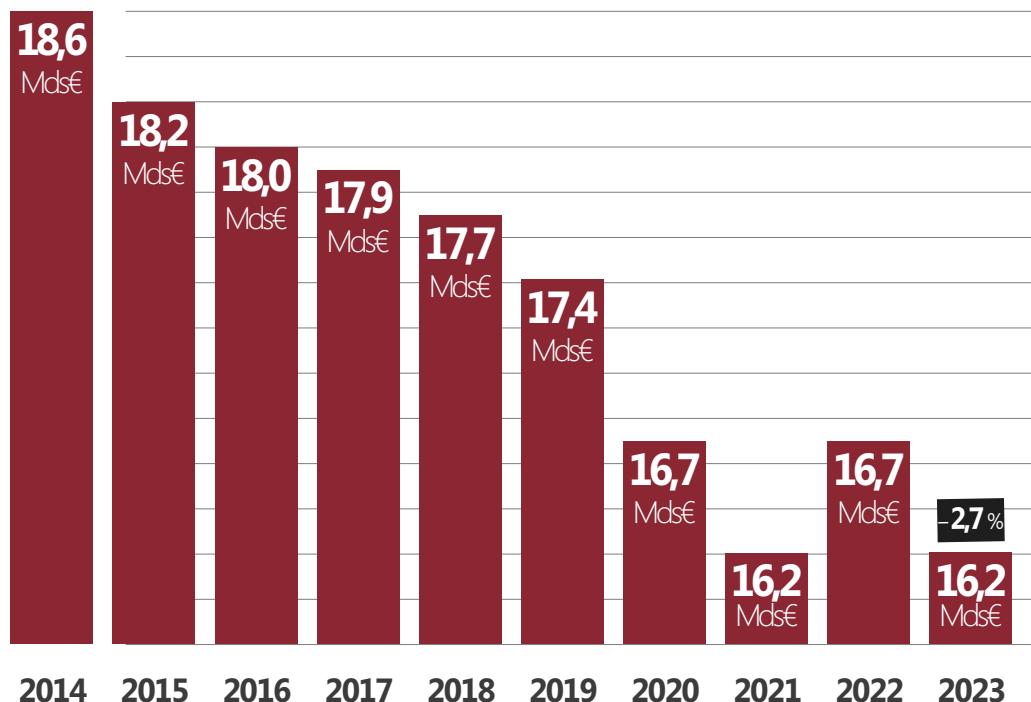
0,25 €/lavage

LE NOUVEAU PRODUIT

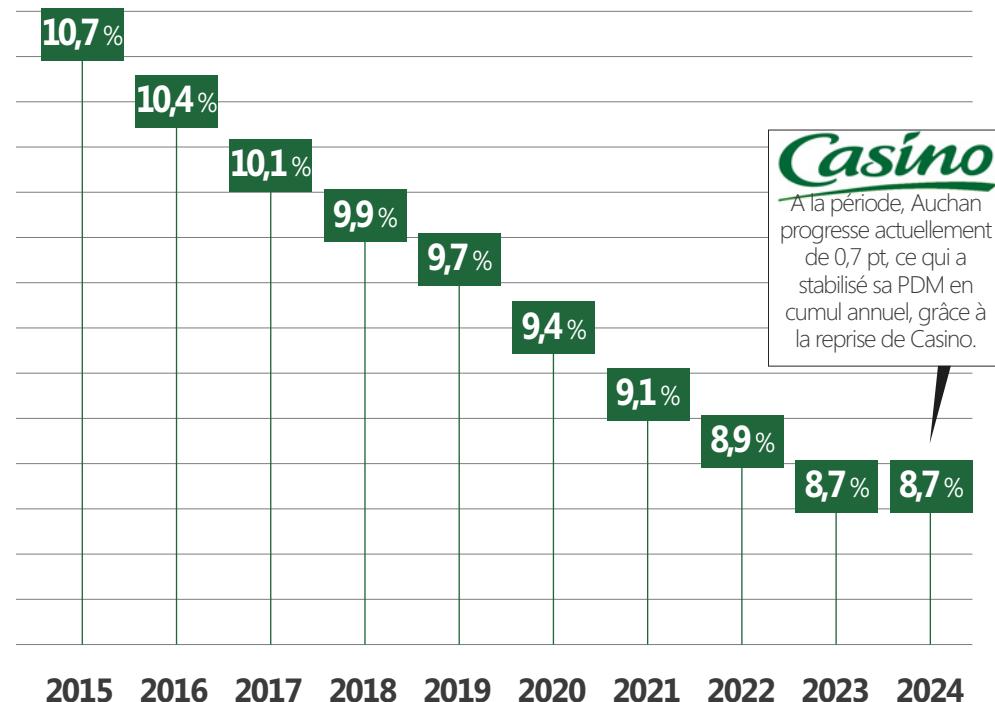
Lancé en avril 2024.
Montée en diffusion tous les mois.
DN 2 en avril à 53 en octobre.

AUCHAN EN FRANCE : LES CHIFFRES-CLÉS

> Chiffre d'affaires Auchan France HM/SM



> Part de marché PGC / Frais LS (Kantar, en CAM, P10 2024)



> Auchan dans le Top 100 des hypers



41 **Auchan**
dans les 100 + gros HM



37 **Auchan**
dans les 100 + gros HM



33 **Auchan**
dans les 100 + gros HM

CASINO AU T3 2024



CA 2 067 M€

Évol comparable
-1,8 %

Évol totale
-5,1 %

Chiffre d'affaires

1 012 M€

MONOPRIX

Évol comparable
+ 0,9 %

Évol totale
+ 0,1 %

413 M€

Casino
proximités

Évol comparable
-4,5 %

Évol totale
-10 %

372 M€



Évol comparable
-1,2 %

Évol totale
-6,1 %

243 M€

cdiscounT

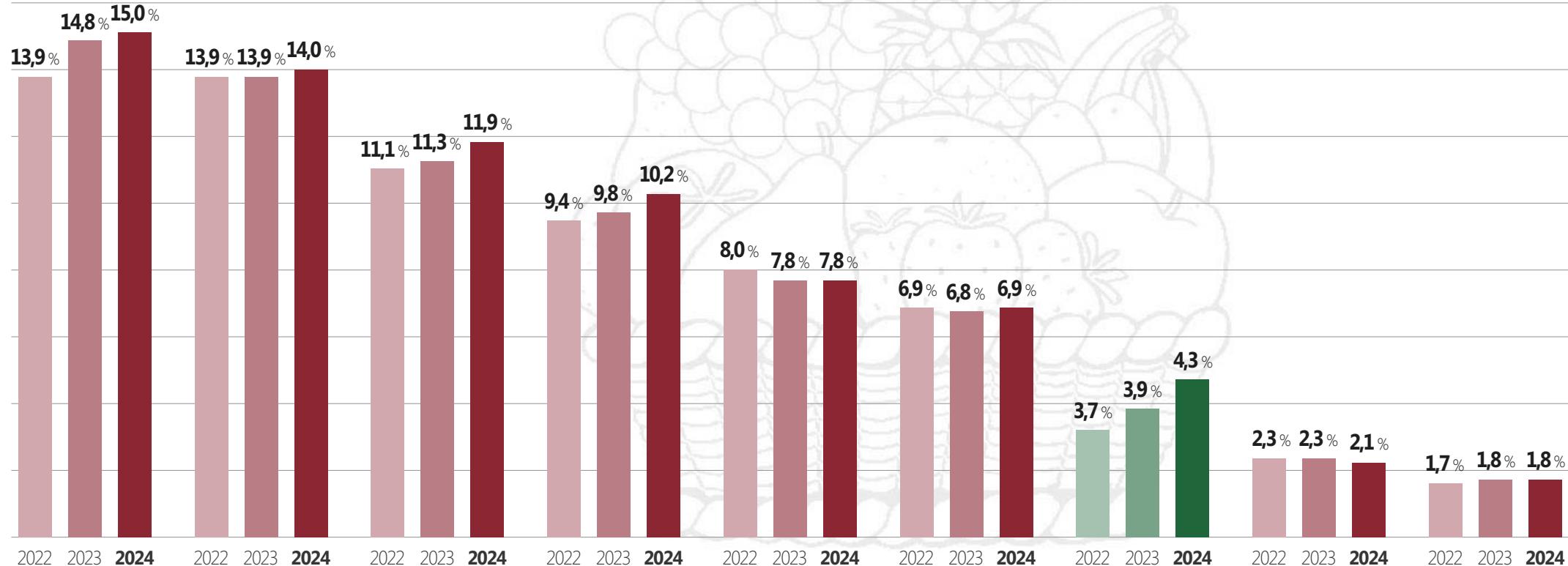
Évol comparable
-8,1 %

Évol totale
-13 %

PRODUITS FRAIS TRAD : LES PARTS DE MARCHÉ PAR GROUPE

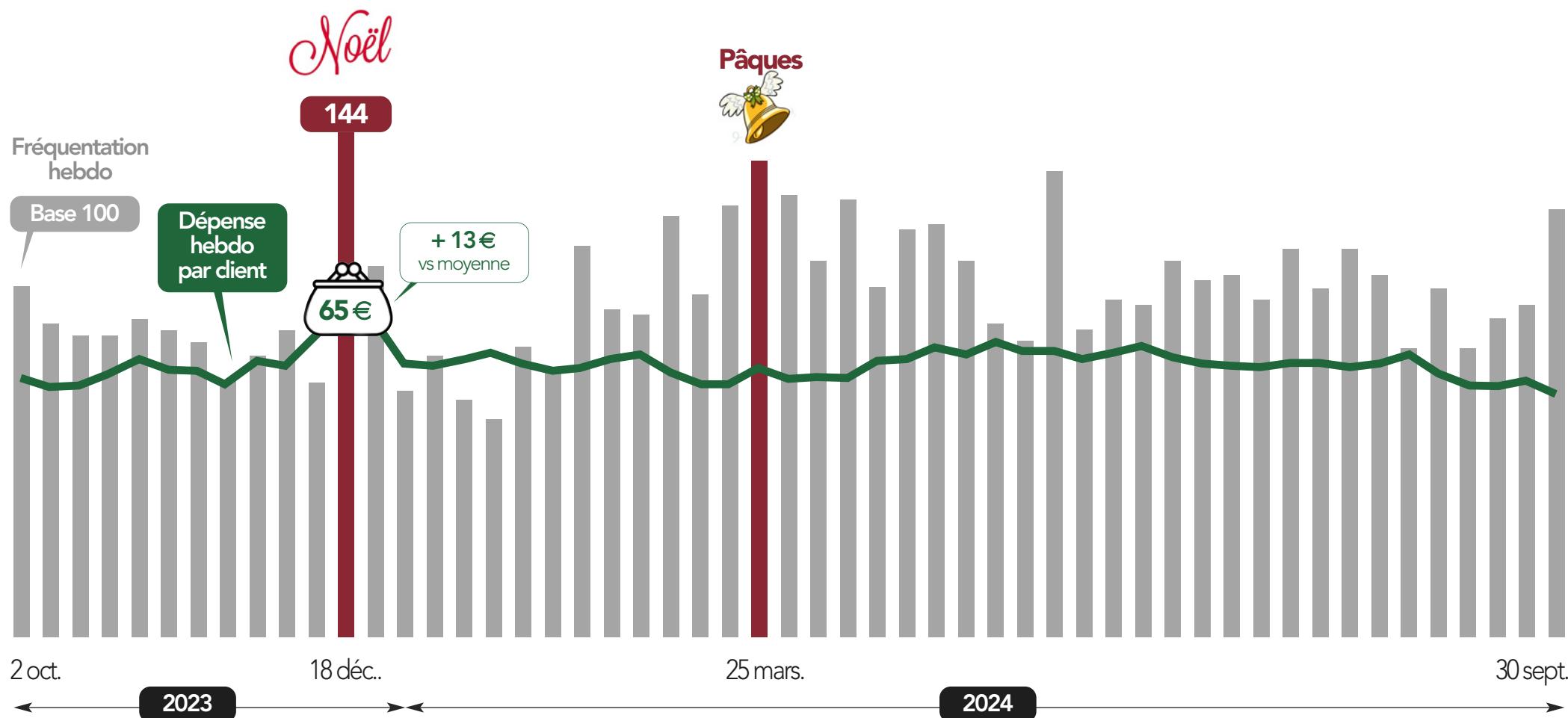
KANTAR

> 2024, de P1 à P9 (tous circuits)



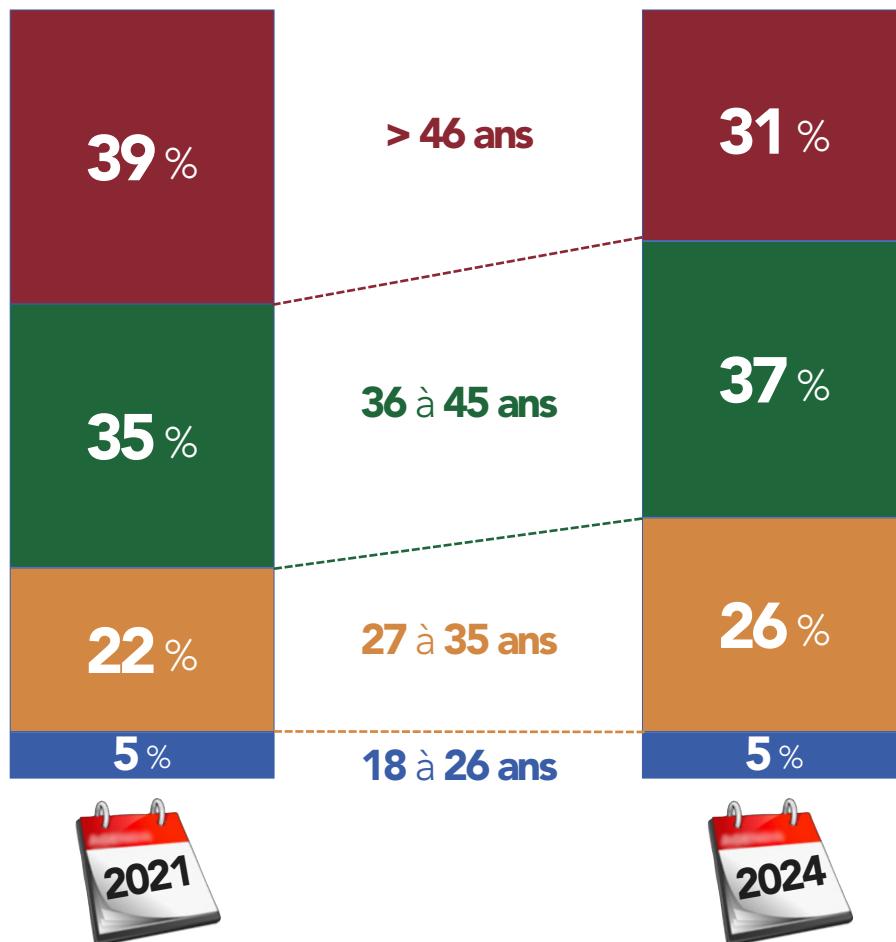
LA SAISONNALITÉ DE LA FRÉQUENTATION DE GRAND FRAIS

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



QUI SONT LES CLIENTS GRAND FRAIS ?

> Evolution du profil d'âge



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

> Fréquences d'achat et montants dépensés

(octobre 2023 - septembre 2024)

| | Fréquence d'achat | Dépense annuelle |
|-------------|-------------------|------------------|
| > 46 ans | x 5,8 | 213 € |
| 36 à 45 ans | x 4,9 | 174 € |
| 27 à 35 ans | x 4,7 | 149 € |
| 18 à 26 ans | x 3,5 | 91 € |



CO-TRANSPORTAGE* : LES CHIFFRES CLÉS PAR ENSEIGNE

[OCTOBRE 2024, * livraison collaborative]

| | le DRIVE Intermarché | COURSES U | E.Leclerc DRIVE | Carrefour Drive | Auchandrive |
|--|---|--|---|--|---|
| PDV utilisant le cotransportage | 1 622 | 674 | 551 | 530 | 80 |
| % du parc drive | 85 % | 68 % | 62 % | 29 % | 18 % |
| Commandes transportées (Octobre 2024, toutes solutions) | 104 129  | 63 147  | 170 561  | 49 104  | 4 079  |
| soit 27 % des 5 enseignes | | | | | |
| Shop opop | Tut Tut | Yper & co | | | |
| Panier Moyen | 135 € | 145 € | 141 € | 114 € | 160 € |



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

www.olivierdauvers.fr