

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Février 2025

➔ **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 ;-)

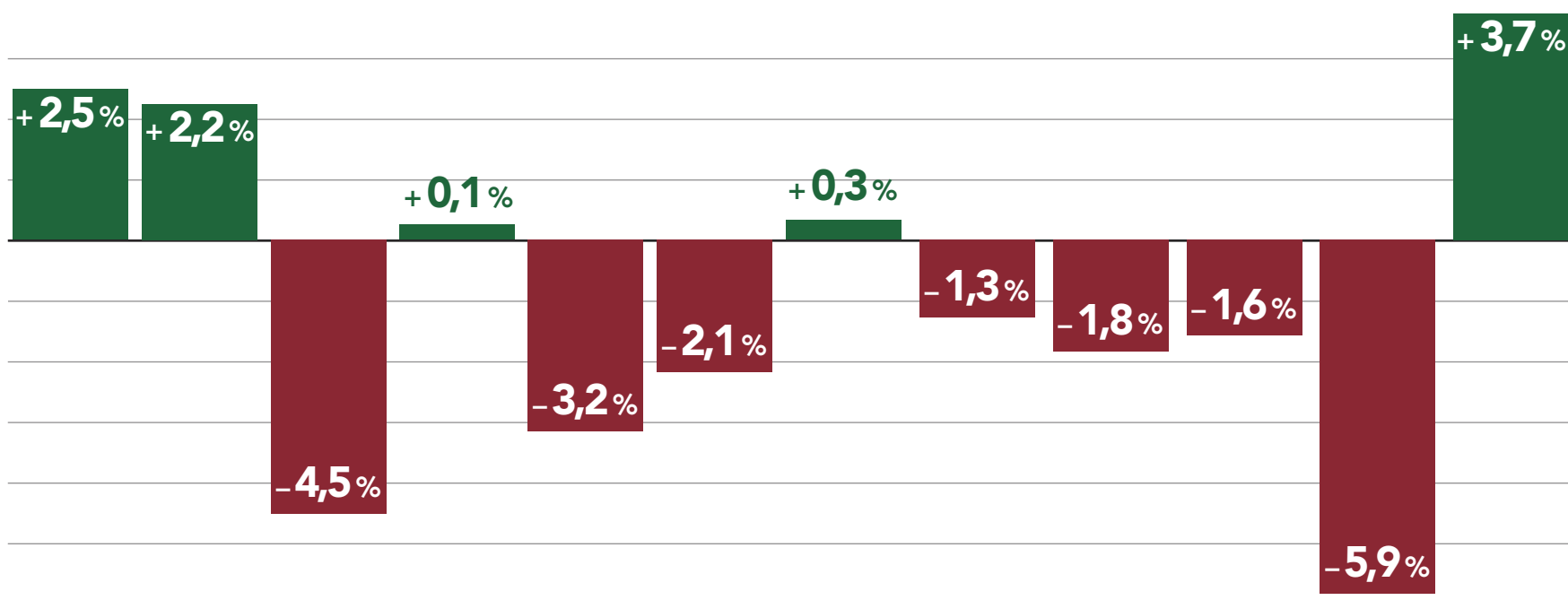
VIGIE GRANDE CONSO



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

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2025

en valeur

+ 3,7 %

Janvier 2025
(ou **P1**) intègre les 30
et 31 décembre 2024.
D'où le rebond
de la conso.

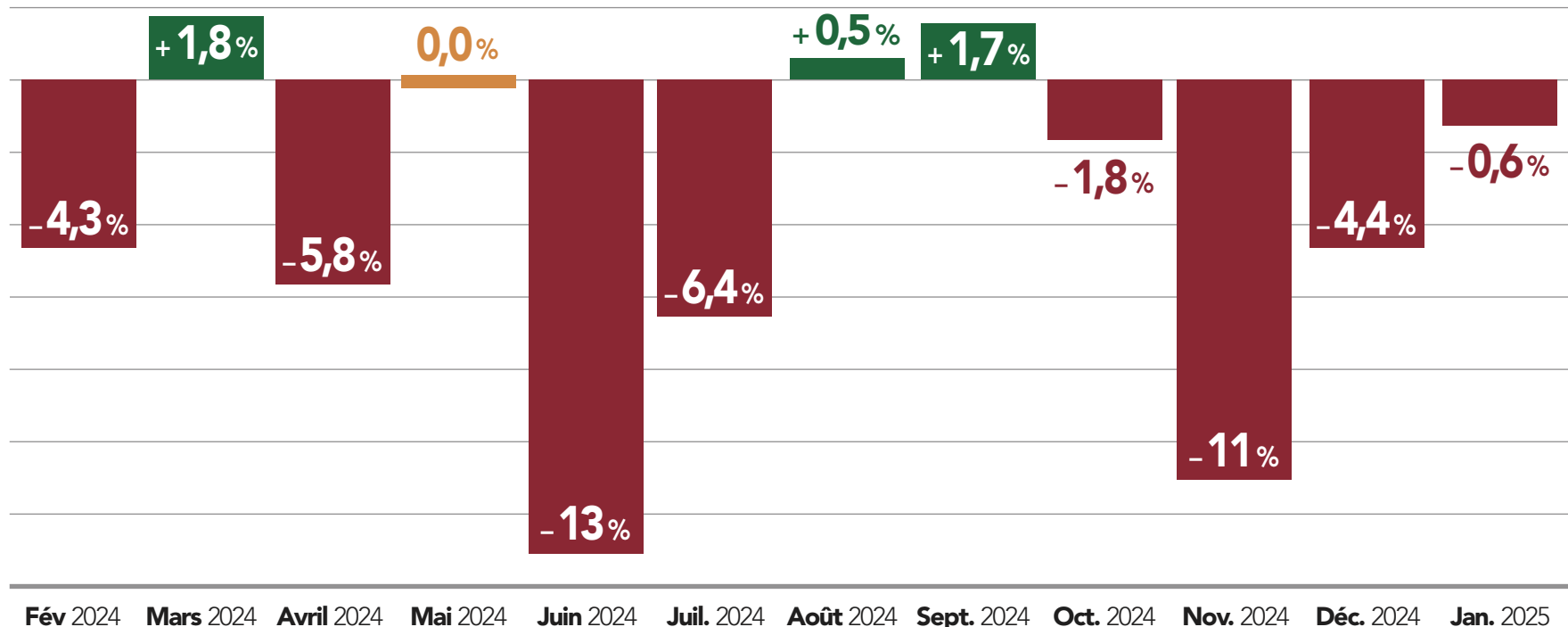
ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



MAISON		-8,9%
JARDIN ANIMALERIE		-0,5%
SPORTS LOISIRS, JEUX		+9,5%
CULTURE		-0,7%
TEXTILE		-1,3%

Divers non-al : + 76 %



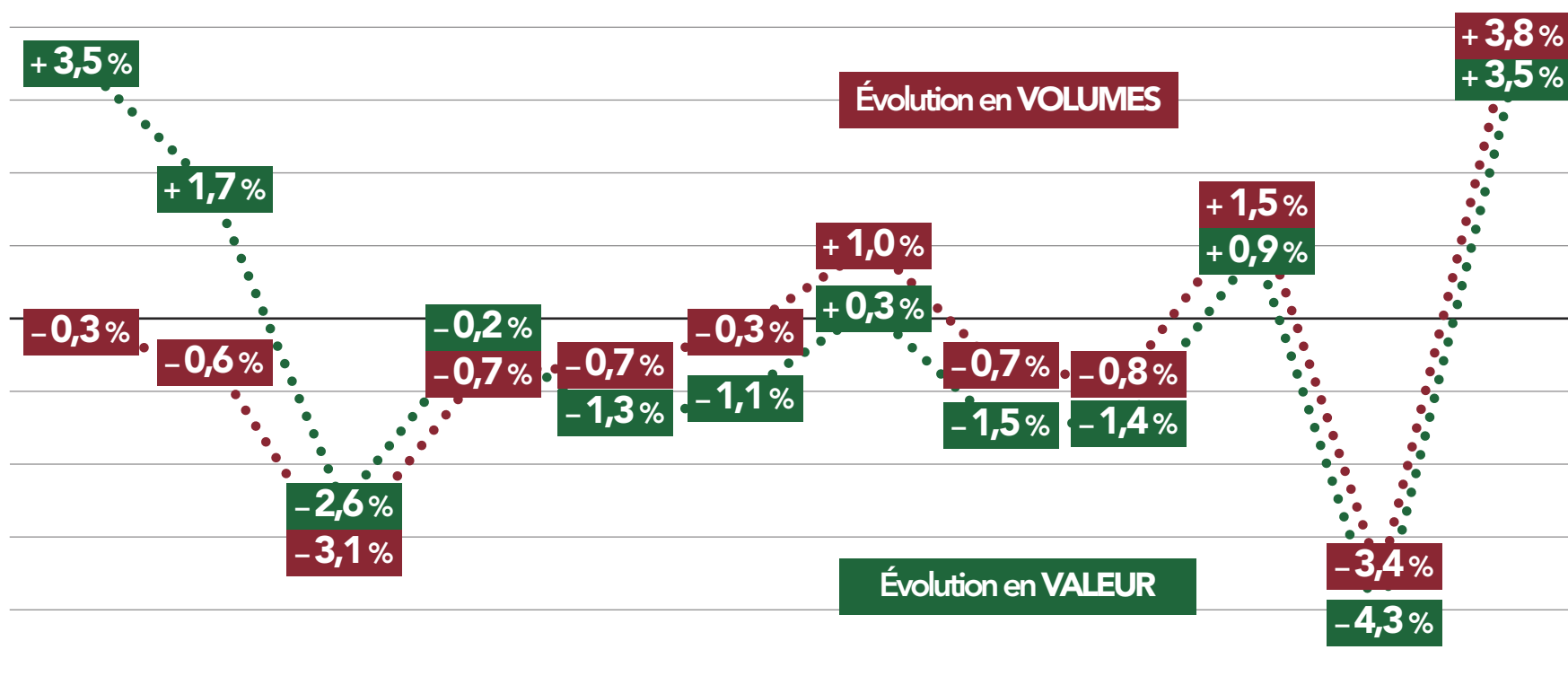
CUMUL 2025

en valeur

-0,6%

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2025

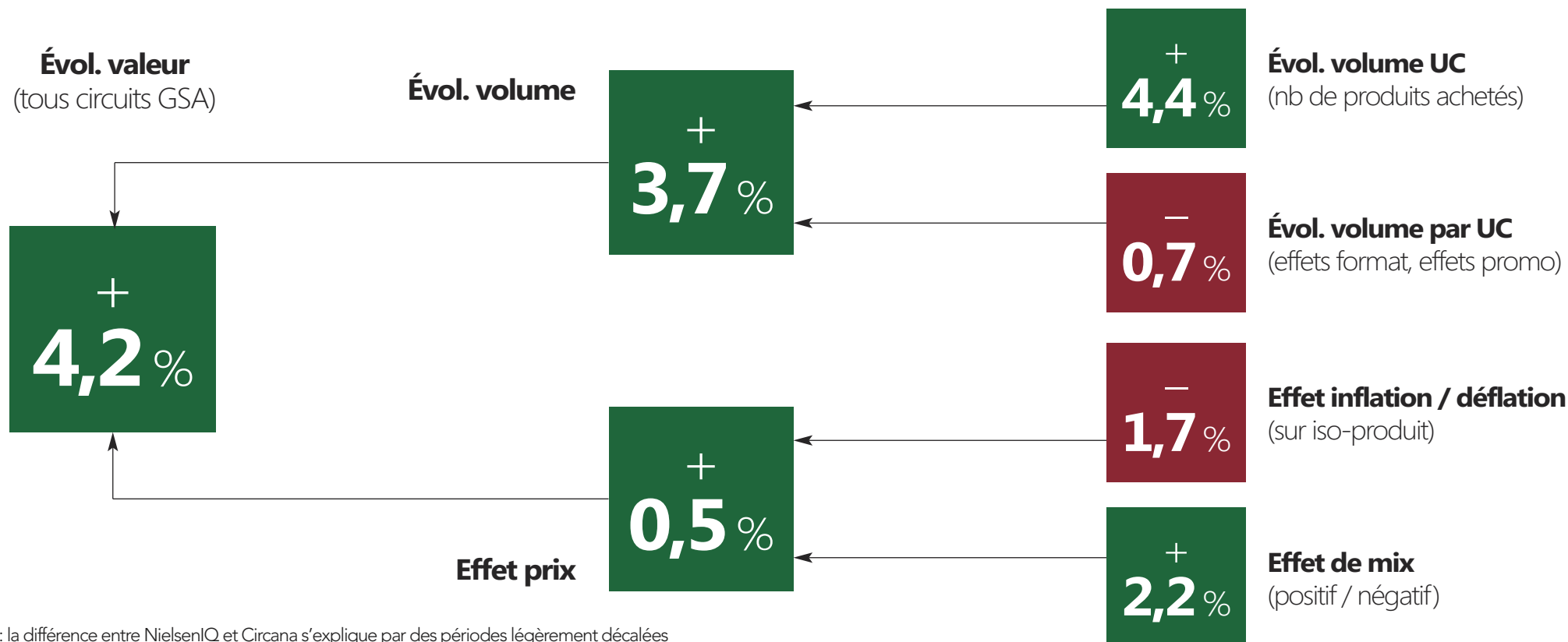
en volumes
+ 3,8 %

en valeur
+ 3,5 %

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

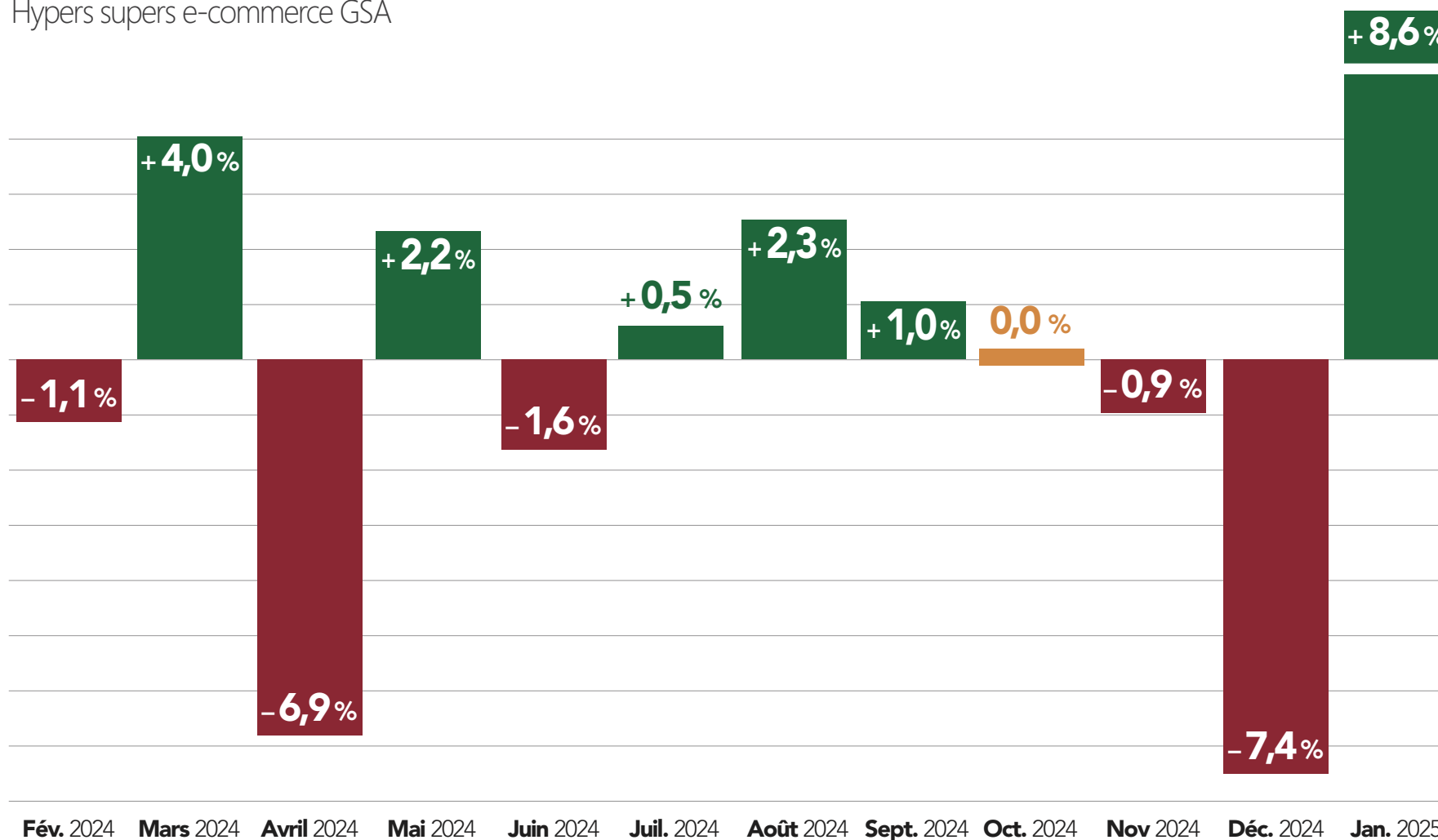
Sur un mois / P1 2025, évolution vs N-1, PGC Frais LS



NB : la différence entre NielsenIQ et Circana s'explique par des périodes légèrement décalées et des divergences méthodologiques concernant le périmètre des enseignes discount.

ÉVOLUTION DU CA **POIDS VARIABLE** (frais traditionnel)

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2025

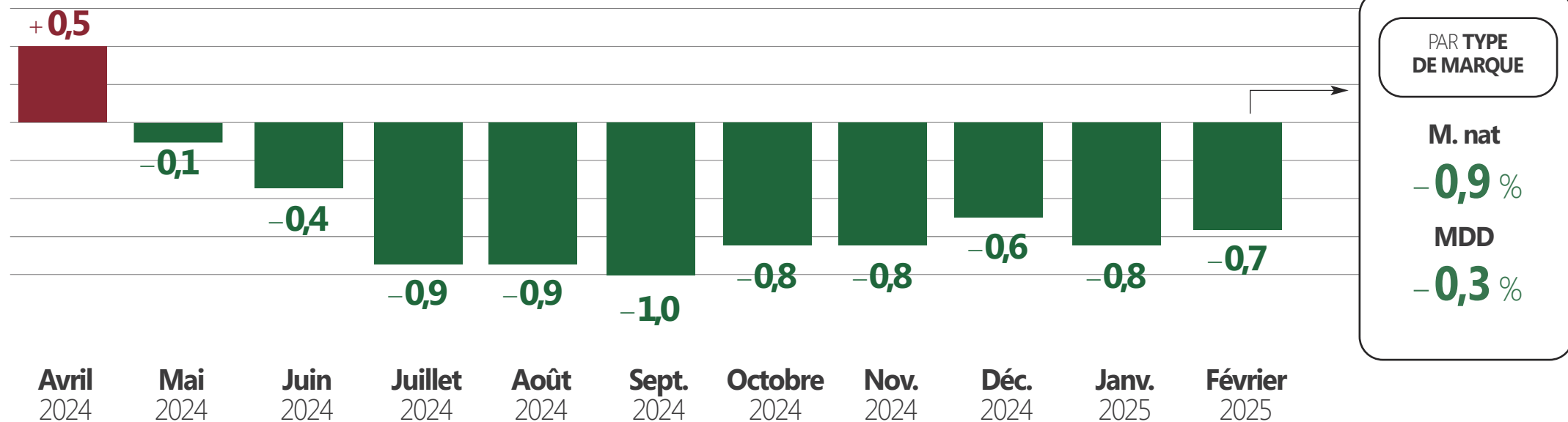
en valeur

+ 8,6 %

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



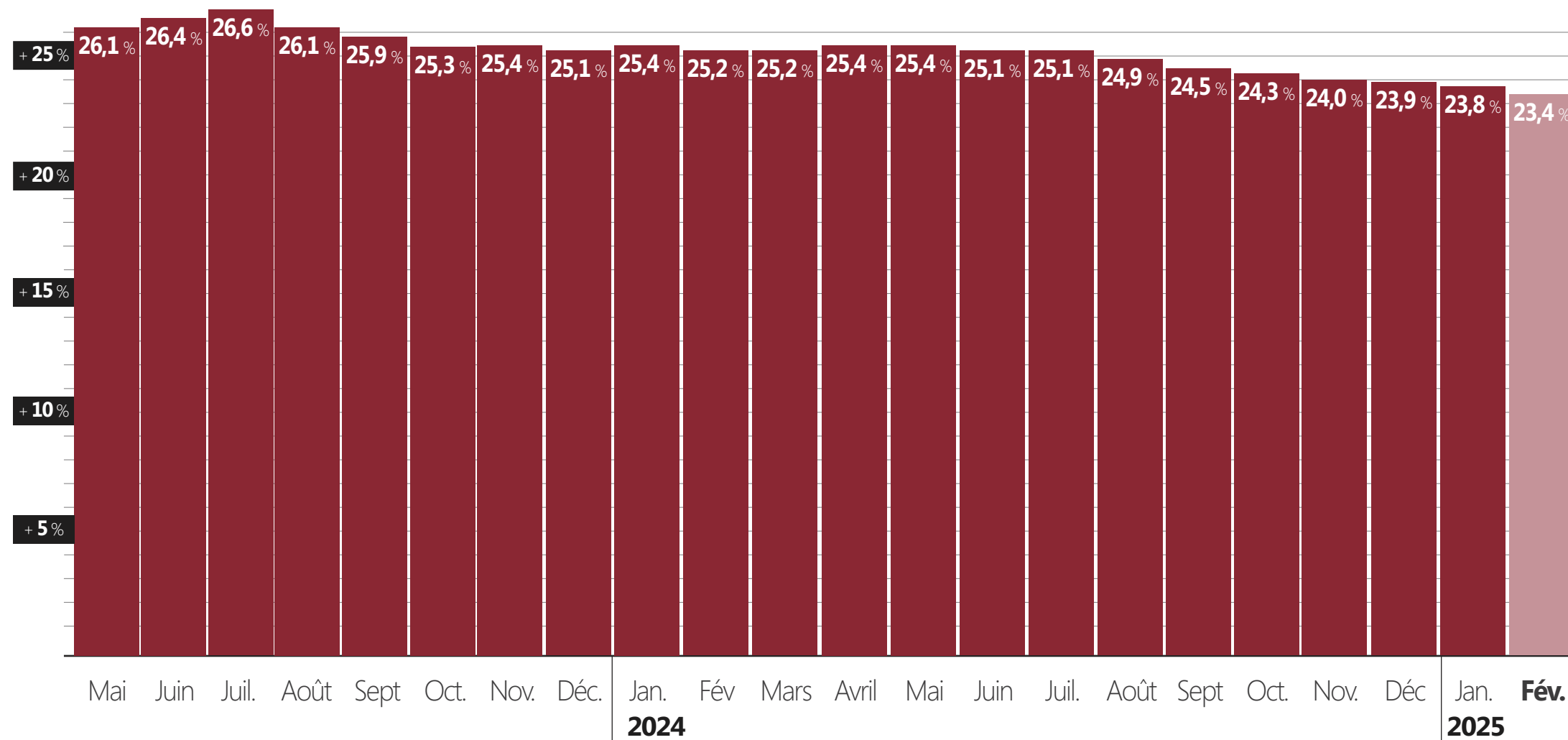
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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**



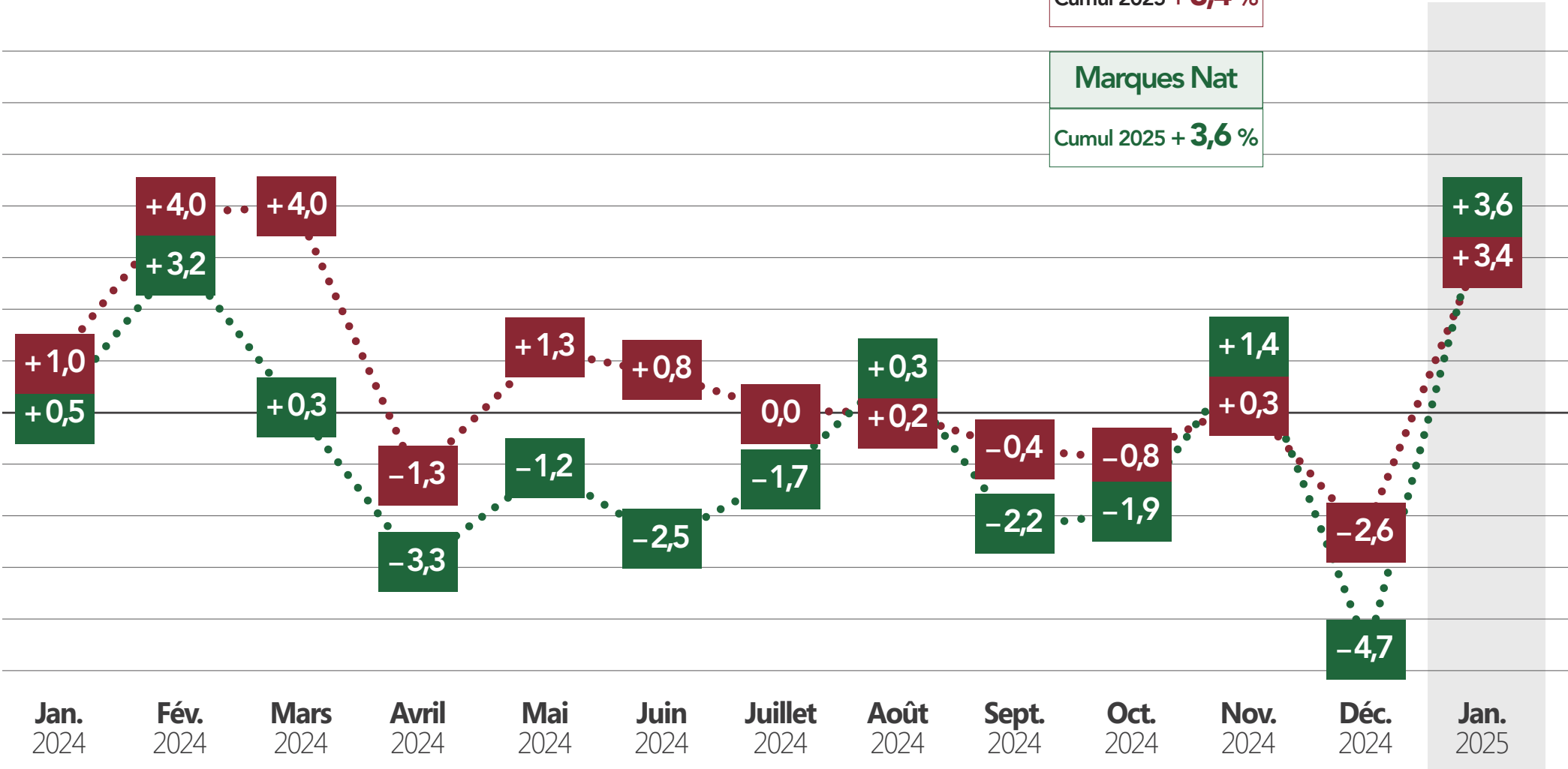
ÉVOLUTION DES VENTES MDD ET MN (% VS N-1)

Sur PGC Frais LS, en valeur, tous circuits



MDD
Cumul 2025 + 3,4 %

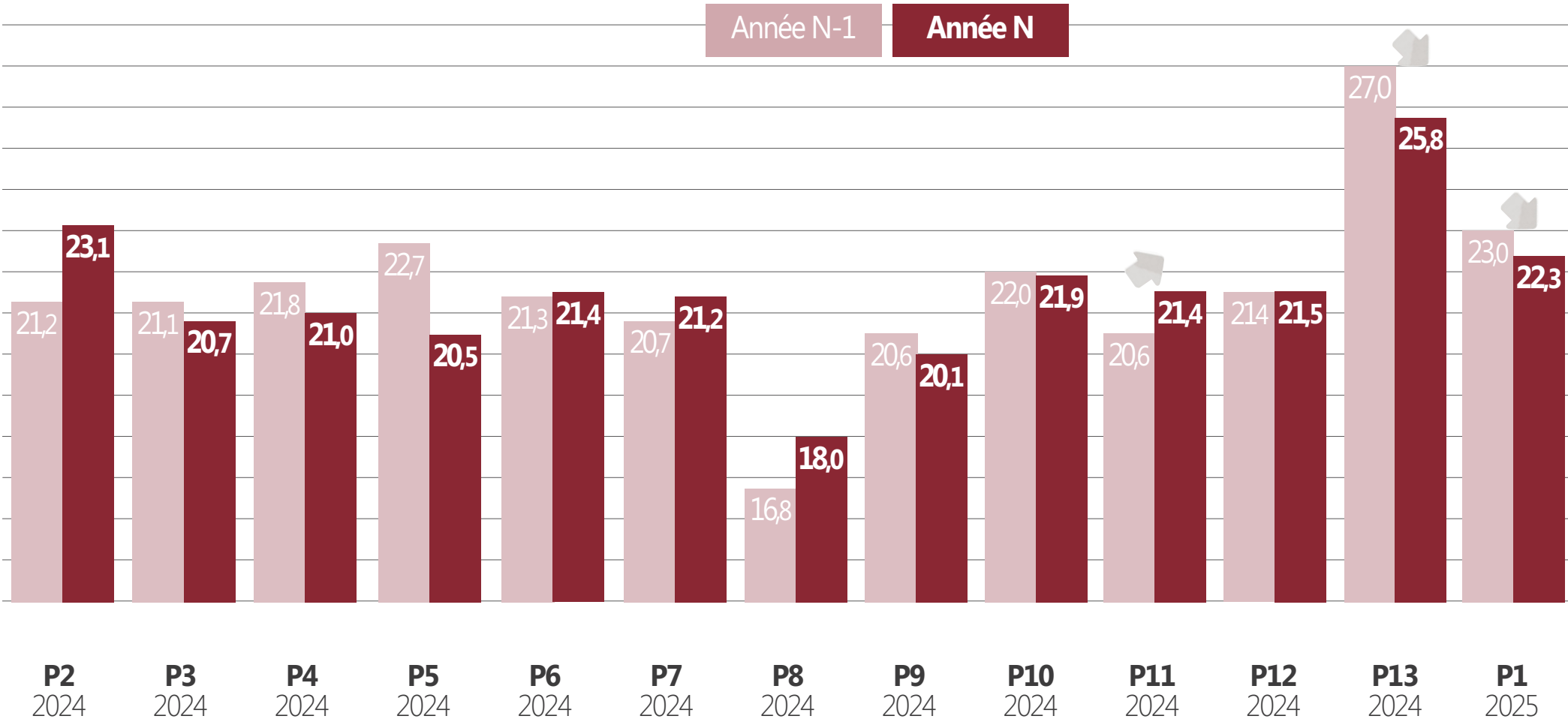
Marques Nat
Cumul 2025 + 3,6 %



LES VENTES **SOUS PROMO**

NielsenIQ

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





INFINITY
ADVERTISING

**CIBLEZ, ENGAGEZ,
CONVERTISSEZ**

Maximisez **vos ventes** avec
nos solutions publicitaires **sur mesure**



www.infinity-advertising.fr



19,6%
de part de
marché PGC
Kantar, P10 2024



31,4%
de couverture
parc Drive
Ateliers du Drive 2024



500m
de paniers
analysés
Interne 2024

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P1 2025

% 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

+ 2,2 %

+ 5,8 %

+ 4,9 %

- 0,7 %

+ 7,4 %

+ 6,9 %

+ 4,1 %

+ 4,0 %

nc

Évol
du CA

16,7 %

19,7 %

36,5 %

20,1 %

11,0 %

31,1 %

7,0 %

2,6 %

9,5 %

13,4 %

8,4 %

1,1 %

9,5 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P1 2025

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
- 3,4 % + 0,6 % + 0,7 % - 3,7 % + 3,6 % + 2,3 % + 0,1 % + 6,3 % nc

% des ventes

16,4 % 19,8 %
36,2 %

20,3 % 11,2 %
31,5 %

7,0 % 2,7 %
9,7 %

13,8 %

7,8 % 1,0 %
8,8 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P1 2025

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

+ 3,2 %

+ 5,3 %

+ 4,9 %

- 0,9 %

+ 7,4 %

+ 6,5 %

+ 4,1 %

+ 5,5 %

nc

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P1 2025

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

− 2,7 %

+ 0,7 %

+ 1,5 %

− 2,9 %

+ 3,8 %

+ 2,8 %

+ 1,4 %

+ 6,5 %

nc



NOMINATION

Tut Tut 

Pierre-Etienne MONTENOT
en tant que Directeur Général
de Tut Tut France

Ex-Directeur Europe d'Amazon,
il rejoint l'aventure pour
accélérer notre croissance
et continuer de révolutionner la LàD.
L'avenir de Tut Tut s'annonce plus
prometteur que jamais !

Rejoignez
l'aventure



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

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



Spiritueux
Champ.



Entretien



BRSA
Eaux



Hygiène



Bières
Cidres



Surgelés
Glaces



Épicerie
sucrée



Épicerie
salée

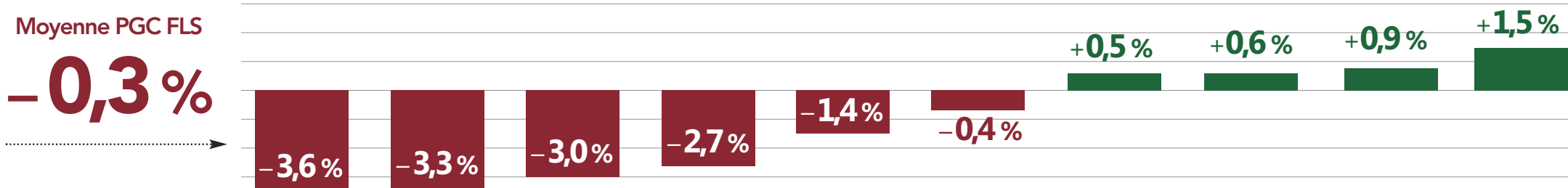


Crémèrie



Frais non
laitier

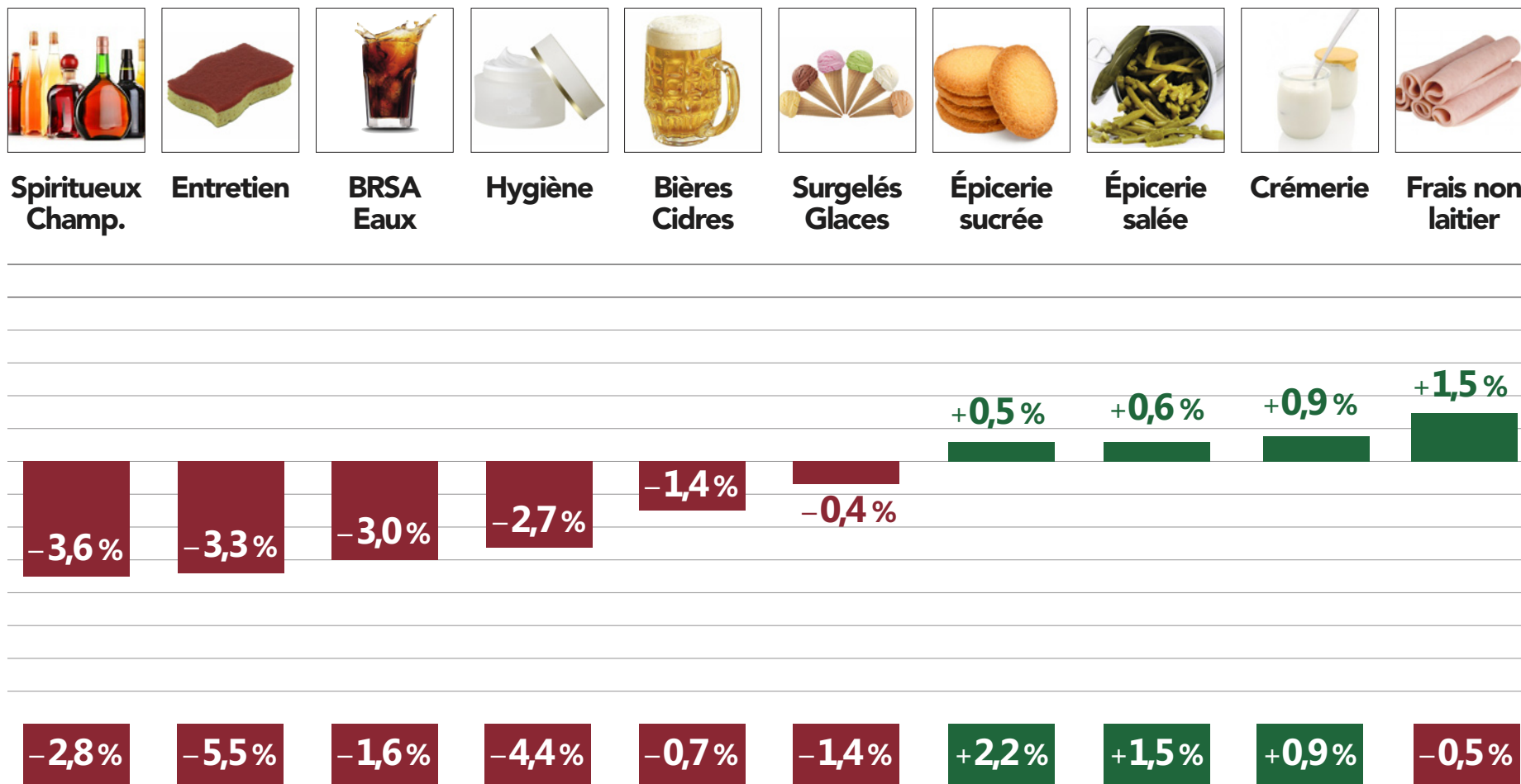
Moyenne PGC FLS
-0,3%



L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



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

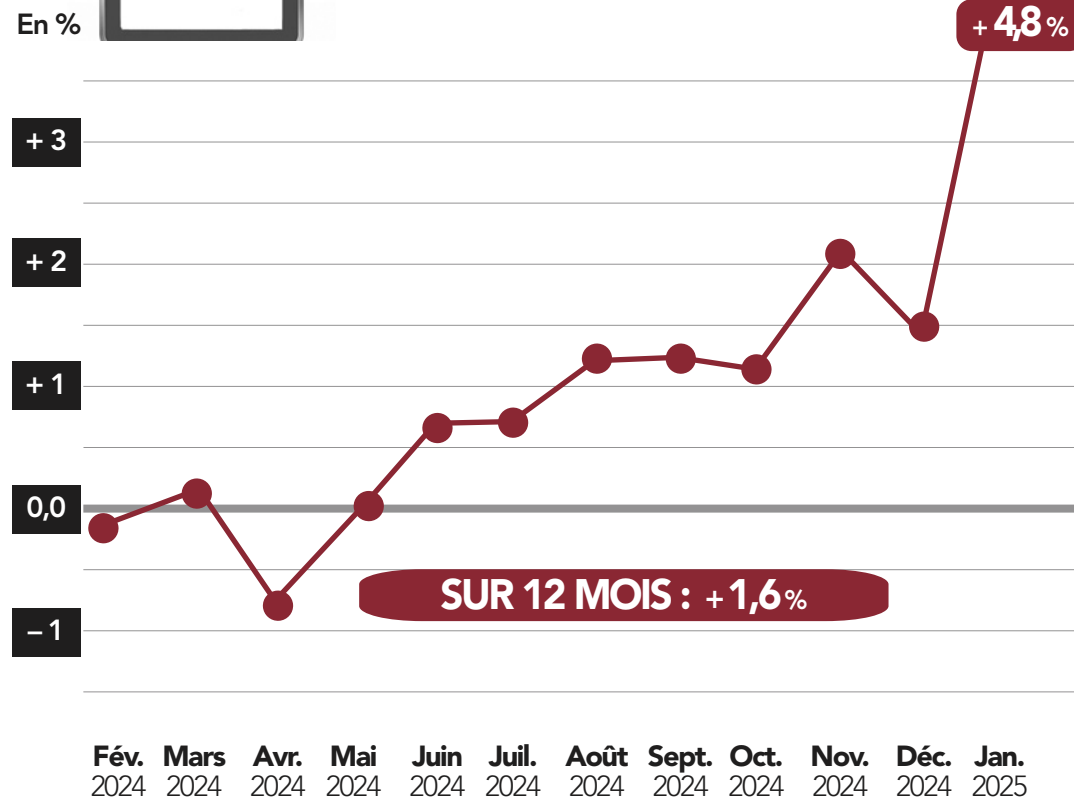


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

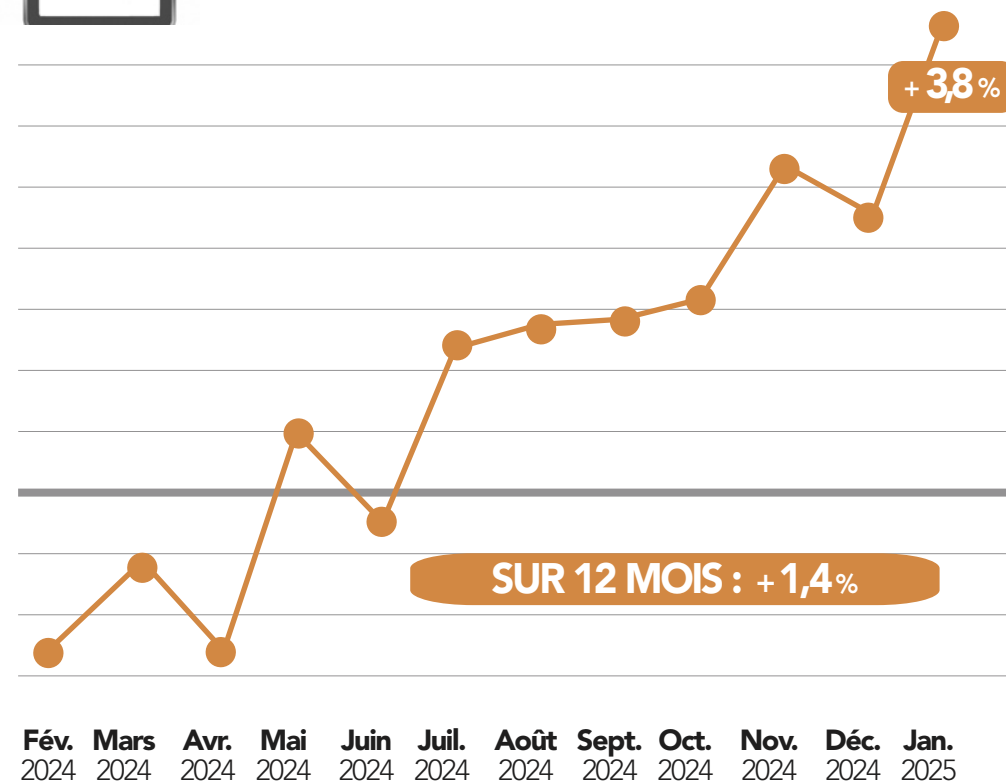
Evol. nombre d'EAN hebdo sur un an / mag – PGC FLS



HYPERS



SUPERS

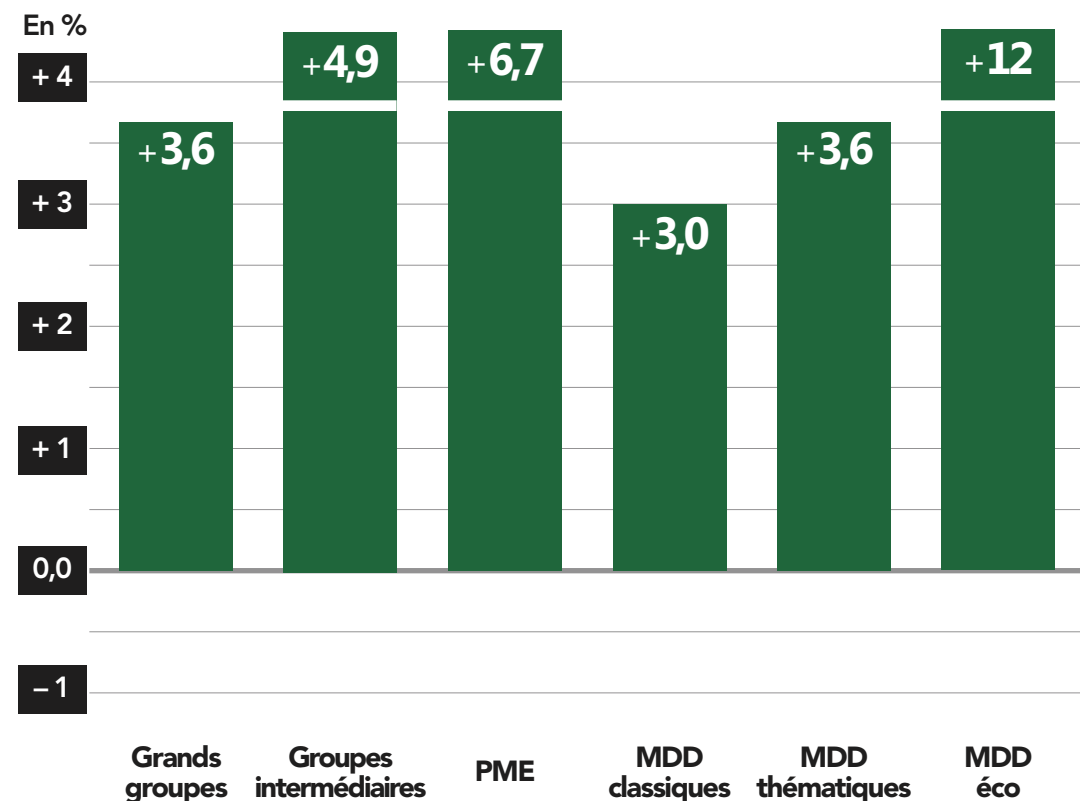


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

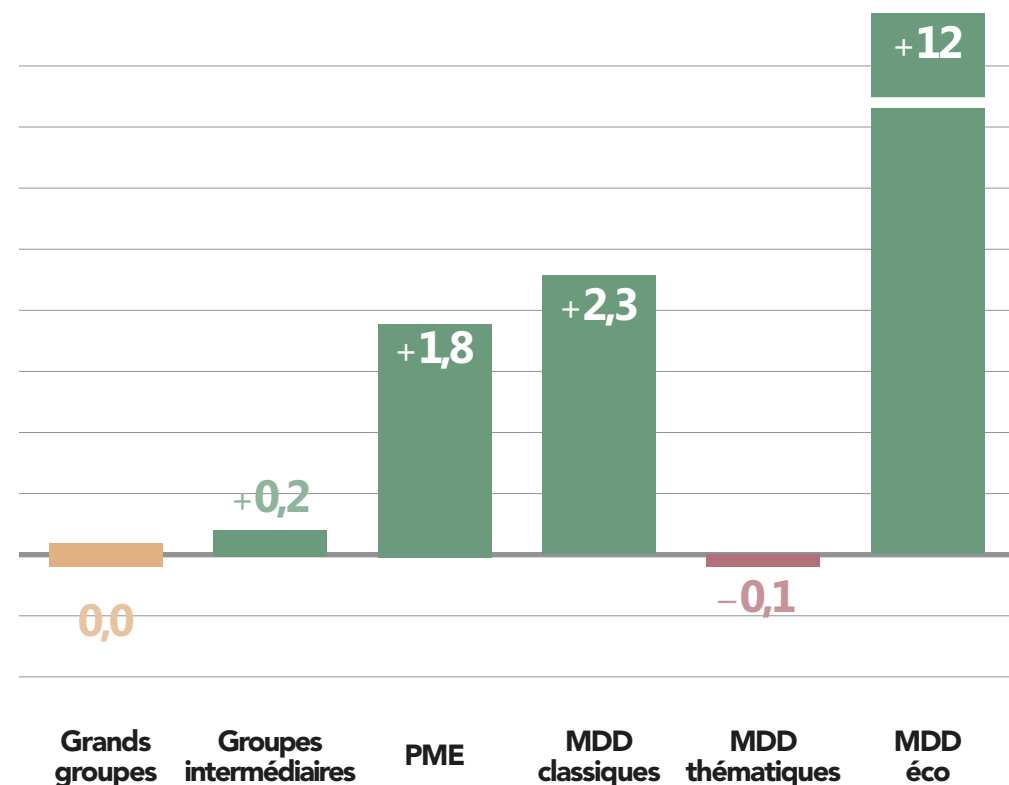


Evol. nombre d'EAN hebdo sur un an / mag – PGC FLS, HM SM, en %

JAN. 2025



CUMUL JANVIER-DÉC 2024



Boostez votre stratégie Proxi !



WinMinutePro



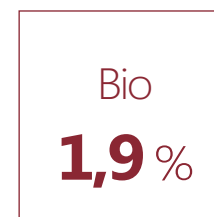
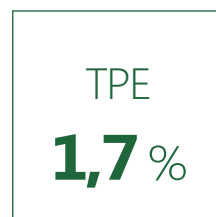
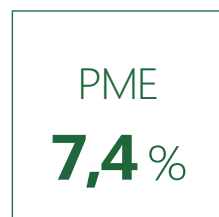
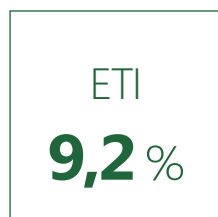
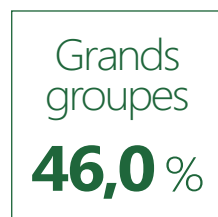
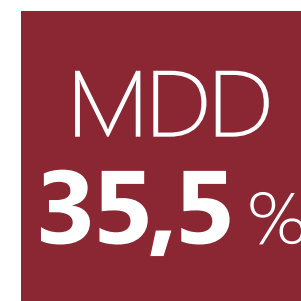
Développez votre présence en Proxi de façon agile et rentable

- Une communauté d'auto-entrepreneurs sélectionnés, briefés et équipés d'une application mobile dédiée
- 4000 magasins de proximité couverts
- Des résultats démontrés, photos à l'appui, magasin par magasin et produit par produit
- Un ROI démontré dans toutes les catégories : épicerie salée et sucrée, confiserie, snacking, ultra frais, surgelés, bio, boissons, spiritueux, produits du monde, DPH...

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P1 2025, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HMSM+SDMP+E-commerce+Proxi



Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **2,2 %**

+ **8,0 %**

+ **12 %**

+ **11 %**

+ **3,9 %**

+ **2,0 %**

+ **12 %**

+ **3,0 %**

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

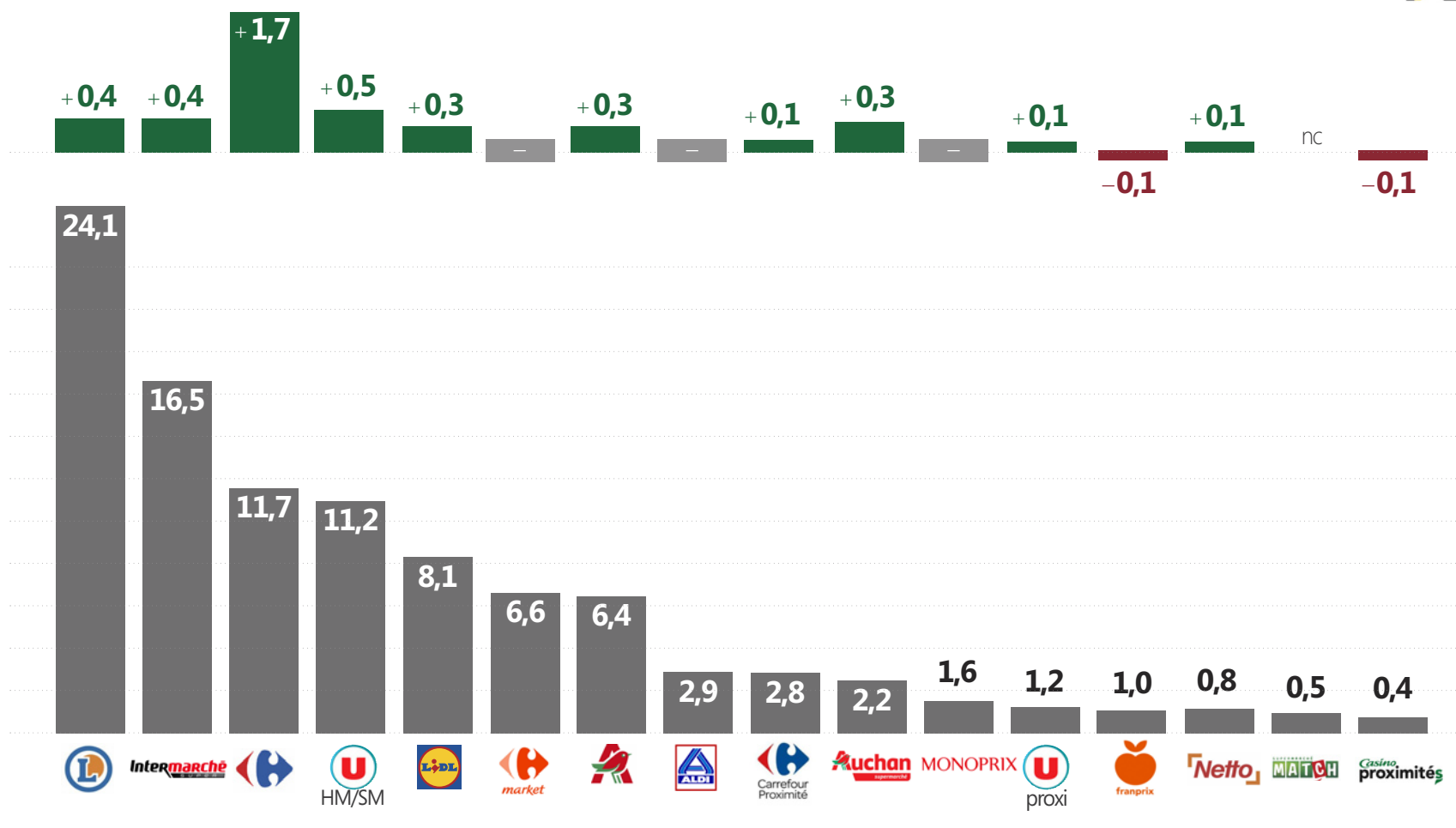
➔ **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P1

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

KANTAR



Mémo PDM P1 2024
des 3 enseignes disparues

cora 1,6

Casino 1,3
supermarchés

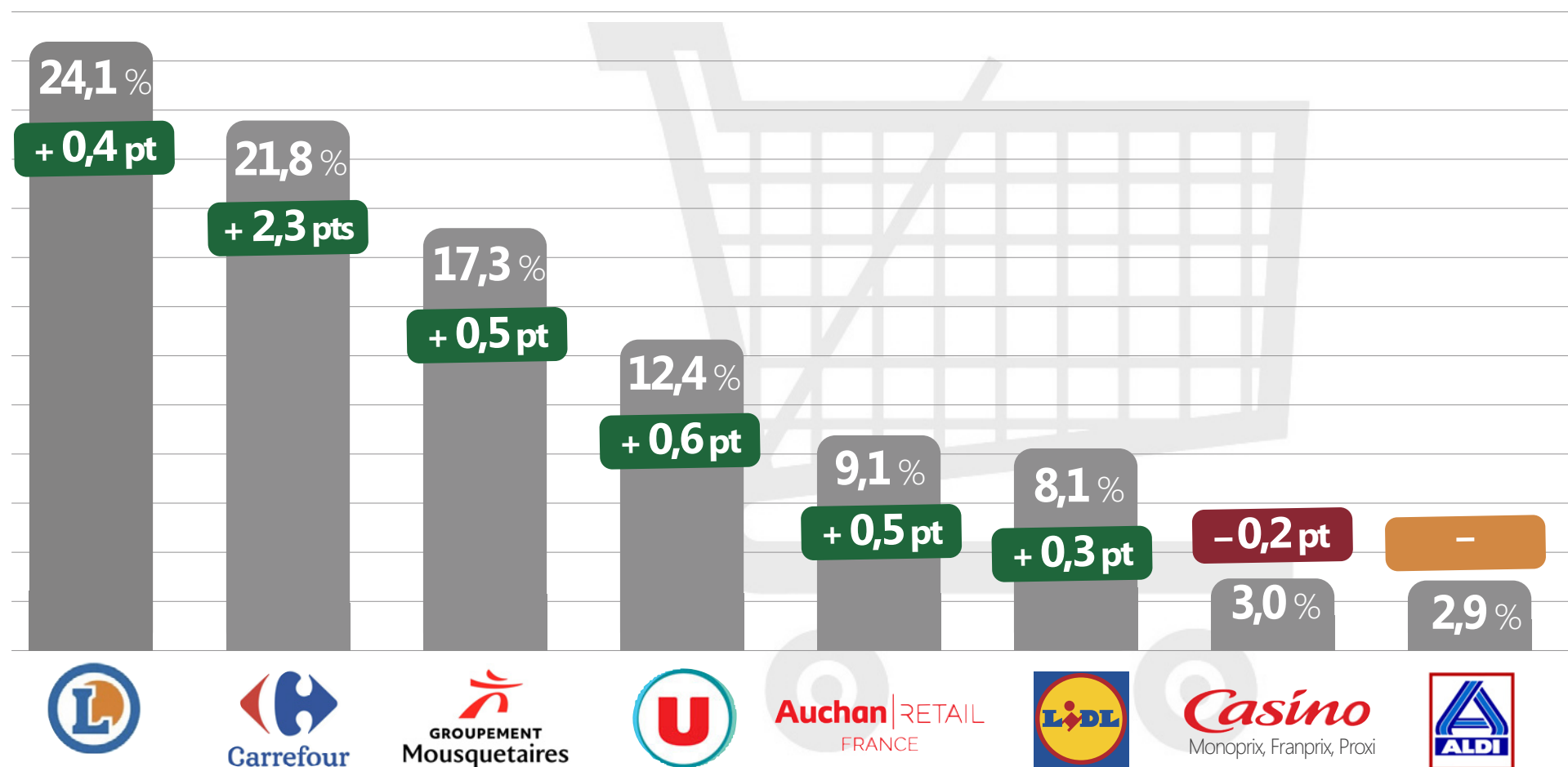
Casino 1,0
hyperFrais

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.

> **PGC Frais LS, P1** (Univers : HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %, évol vs N-1)

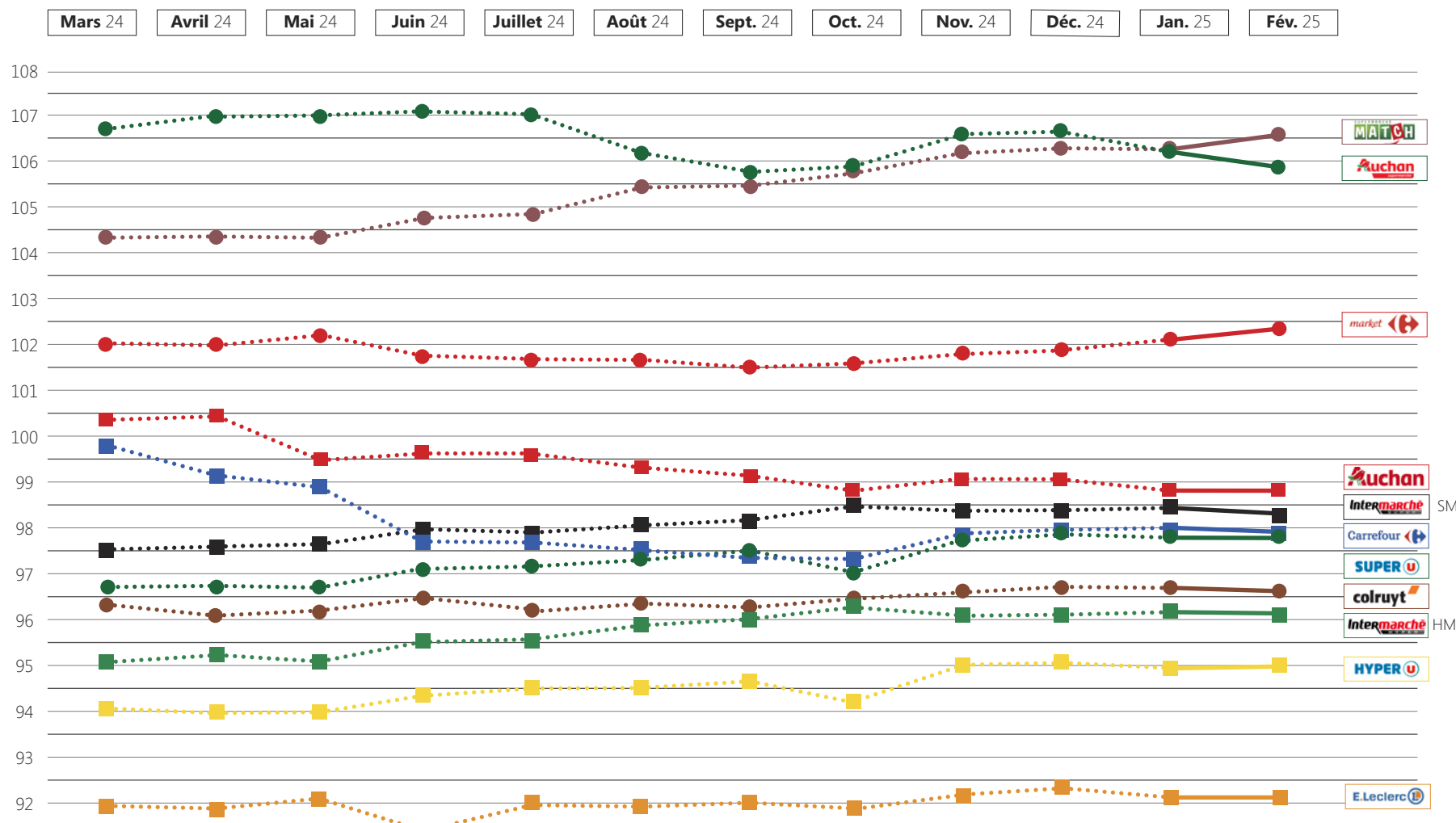
KANTAR



DISTRI PRIX FÉVRIER 2025

L'indice des prix drive hypers/supers

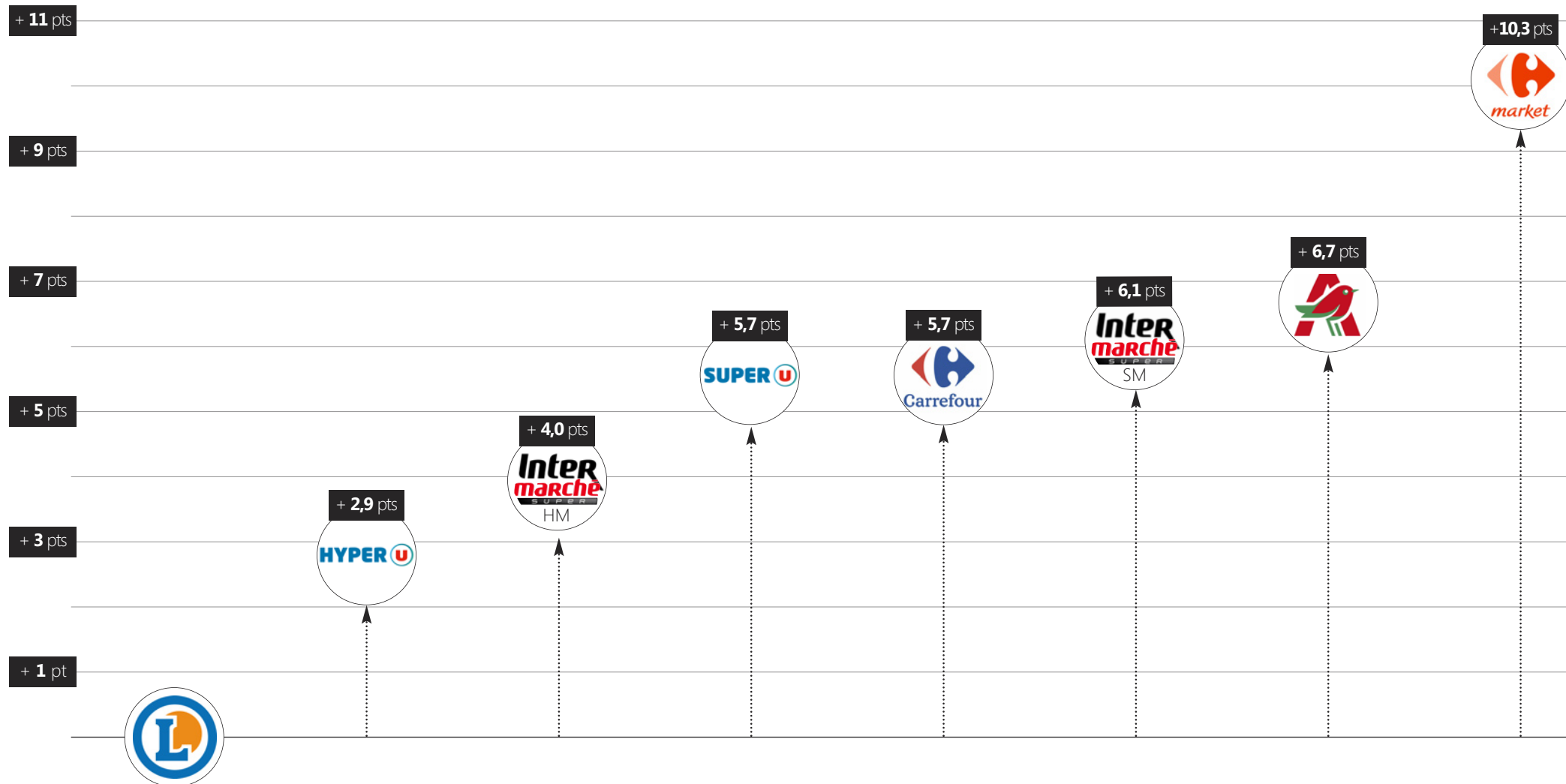
a3distrib
by NielsenIQ



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

Février 2025

a3distrib
by NielsenIQ



Vos Notes et Avis au centre de la communication chez Carrefour



E-commerce

Magasins

Catalogues

 **Shopadvizor**
La voix du consommateur

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

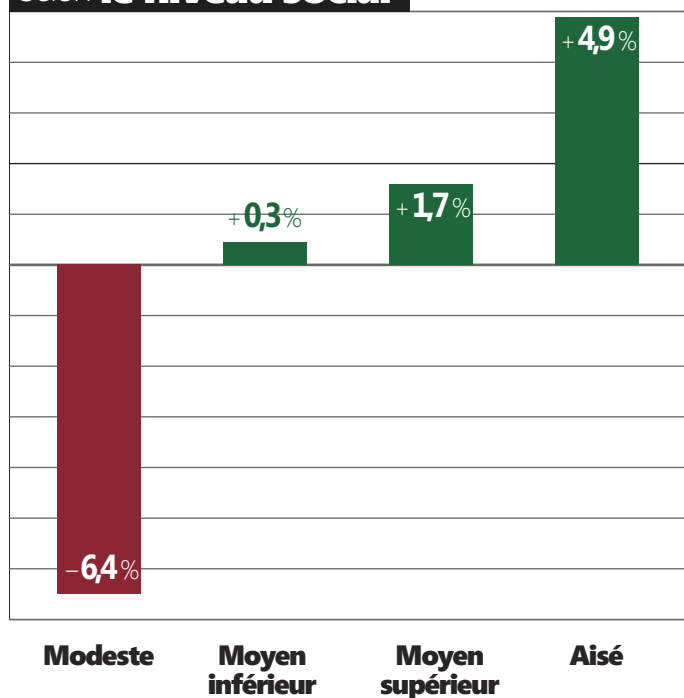
➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

LA BAISSÉ (TRÈS) DIFFÉRENCIÉE DES **VOLUMES**

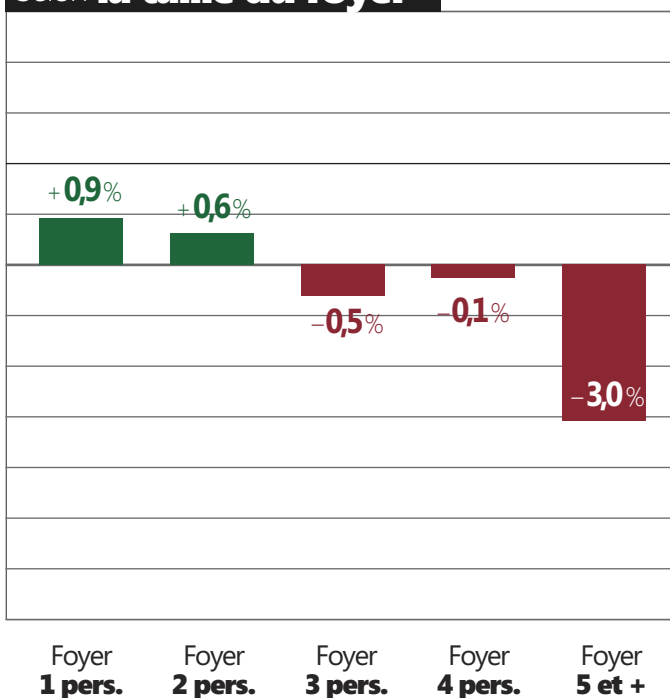
NielsenIQ

> Évolution des volumes **2024** (en CAM P13 vs N-1)

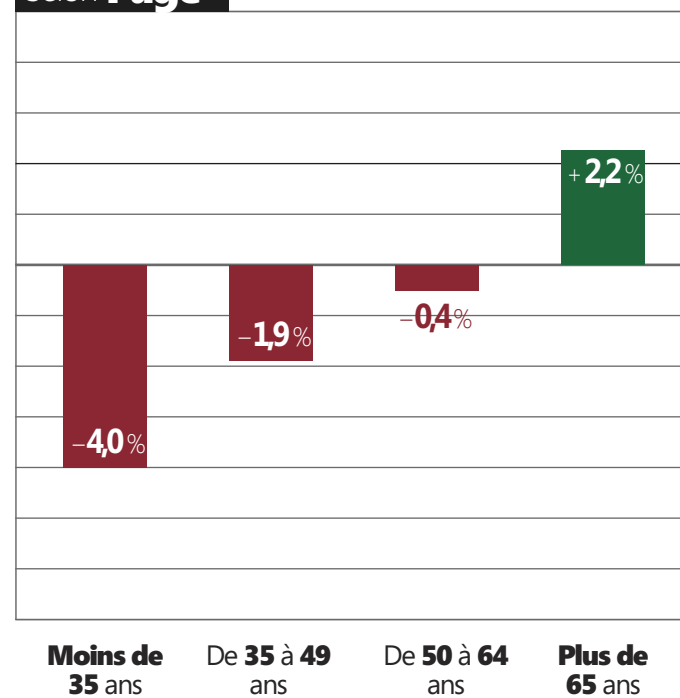
Selon **le niveau social**



Selon **la taille du foyer**



Selon **l'âge**



Évolution volumes moyenne
PGC Frais LS

-0,7 %

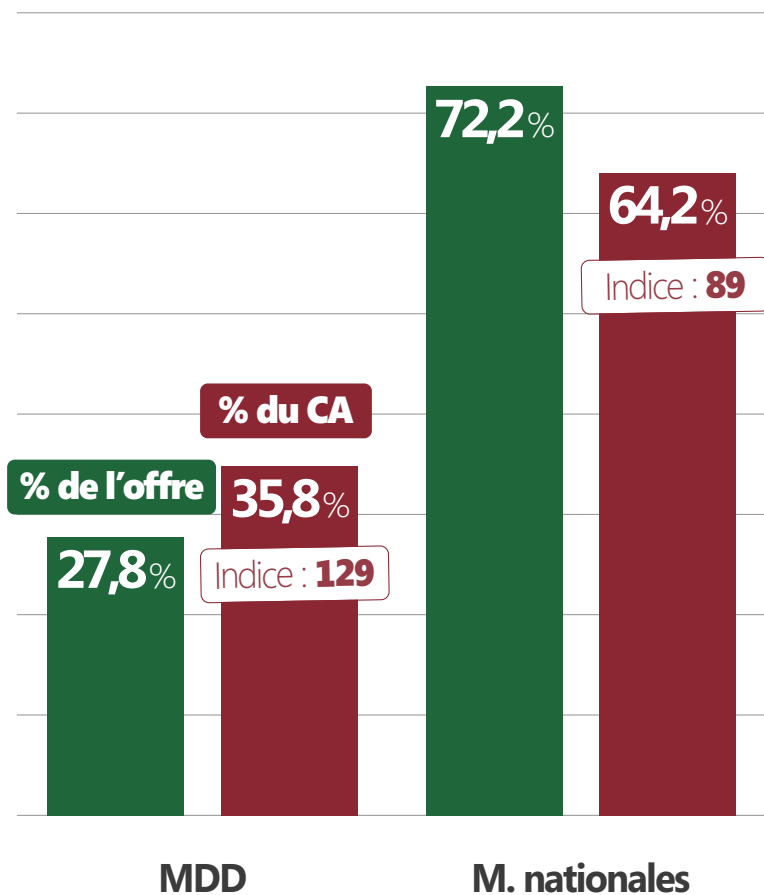
LA PRODUCTIVITÉ EN RAYONS

[LE RAPPORT ENTRE % DE L'OFFRE ET % DU CA]

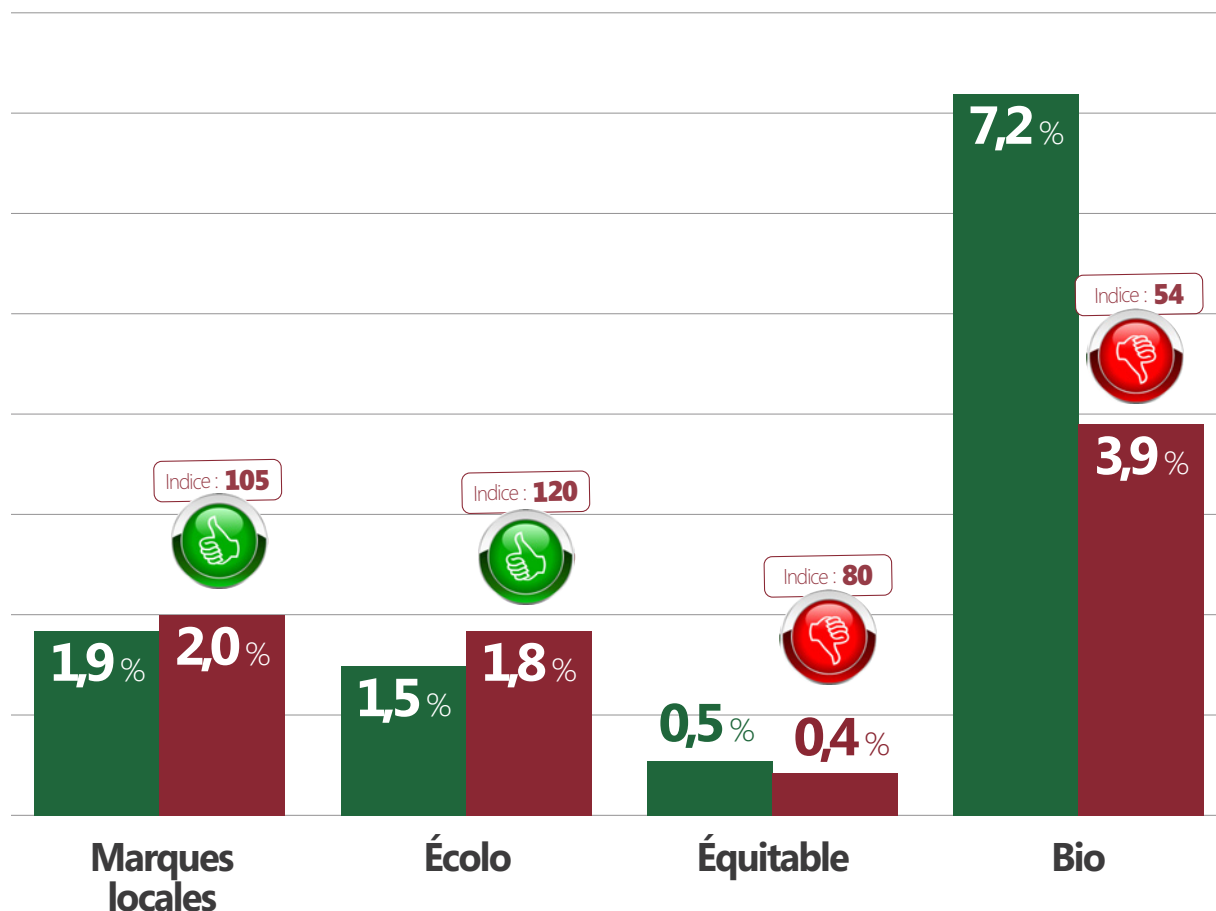


2024, tous circuits

> Les MDD sur-performent les MN...



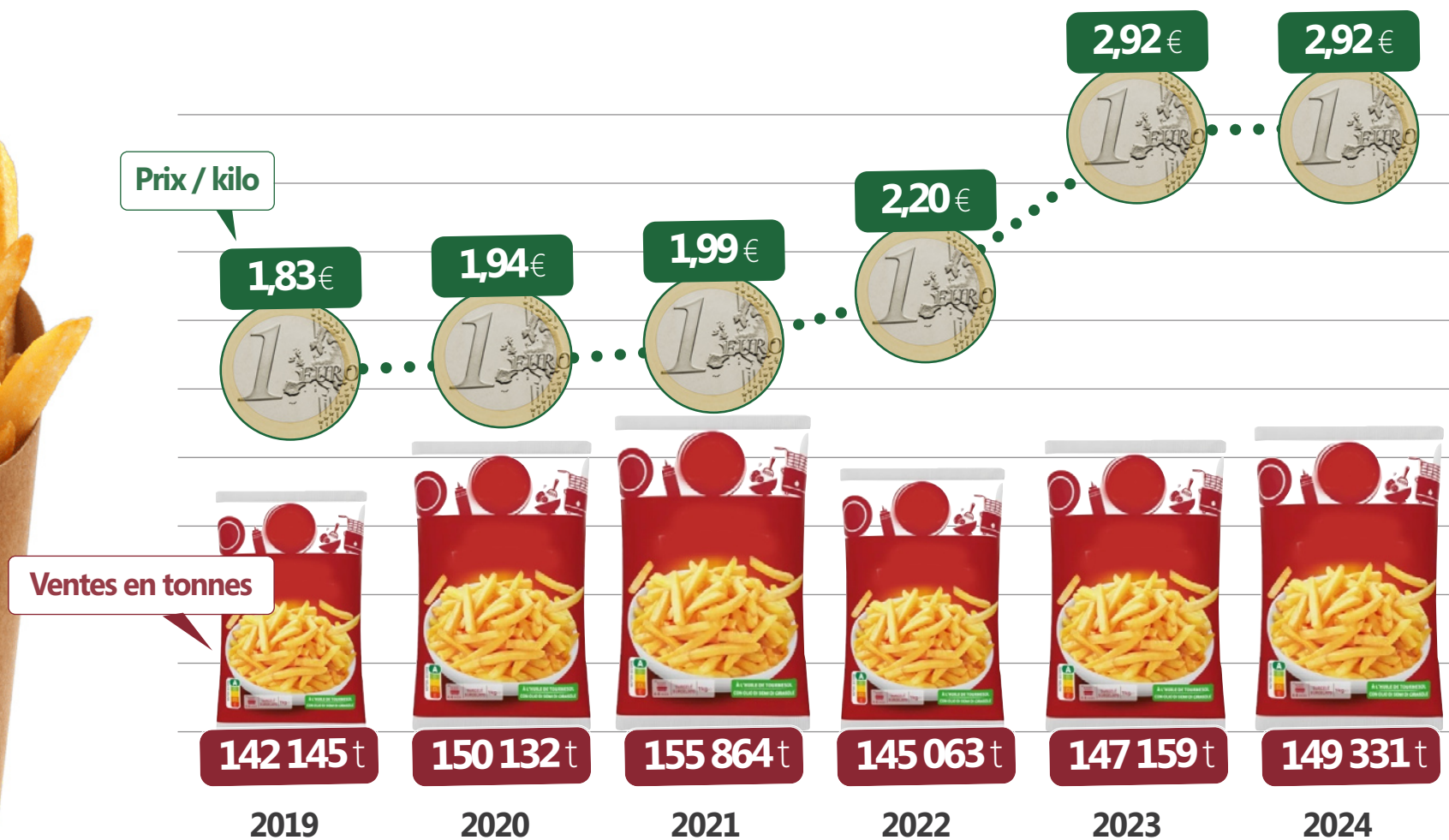
> ...et le local et l'écolo font mieux que l'équitable et le bio (!)



LES VENTES DE FRITES SURGELÉES DEPUIS 2019



> Tous circuits GMS



LE PRIX DE 4 YAOURTS NATURE DANONE (4 X 125 G)



5,09 F



0,78 €



a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 22/01

0,99 €

+ 27 %



5,8
packs
en 1h de Smic

En 1 h de SMIC

9,5
packs
en 1h de Smic

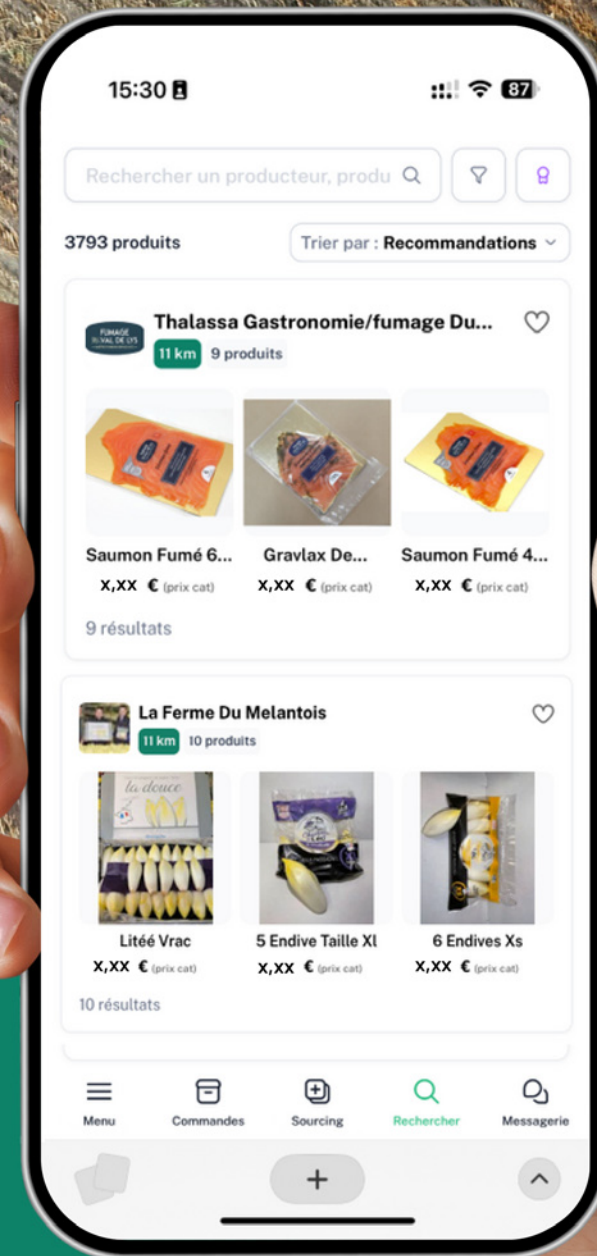


15 000

agriculteurs locaux
désormais accessibles,
partout en France 

Nous sommes fier(e)s de nous lever chaque matin,
Pour un commerce **local** et **différenciant**,
à des prix conso **attractifs**,
en **rémunérant** mieux l'agriculture

nectargo.fr



 NECTARGO

LE PRIX D'UN CAMEMBERT PRÉSIDENT 250 G



9,45 F



1,44 €



3,1

camemberts
en 1h de Smic



a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 22/01

1,93 €

+ 34 %



4,9

camemberts
en 1h de Smic

En 1 h de SMIC

LE BILAN 2024 DE "FIERS", LA MARQUE HANDI-SOLIDAIRE

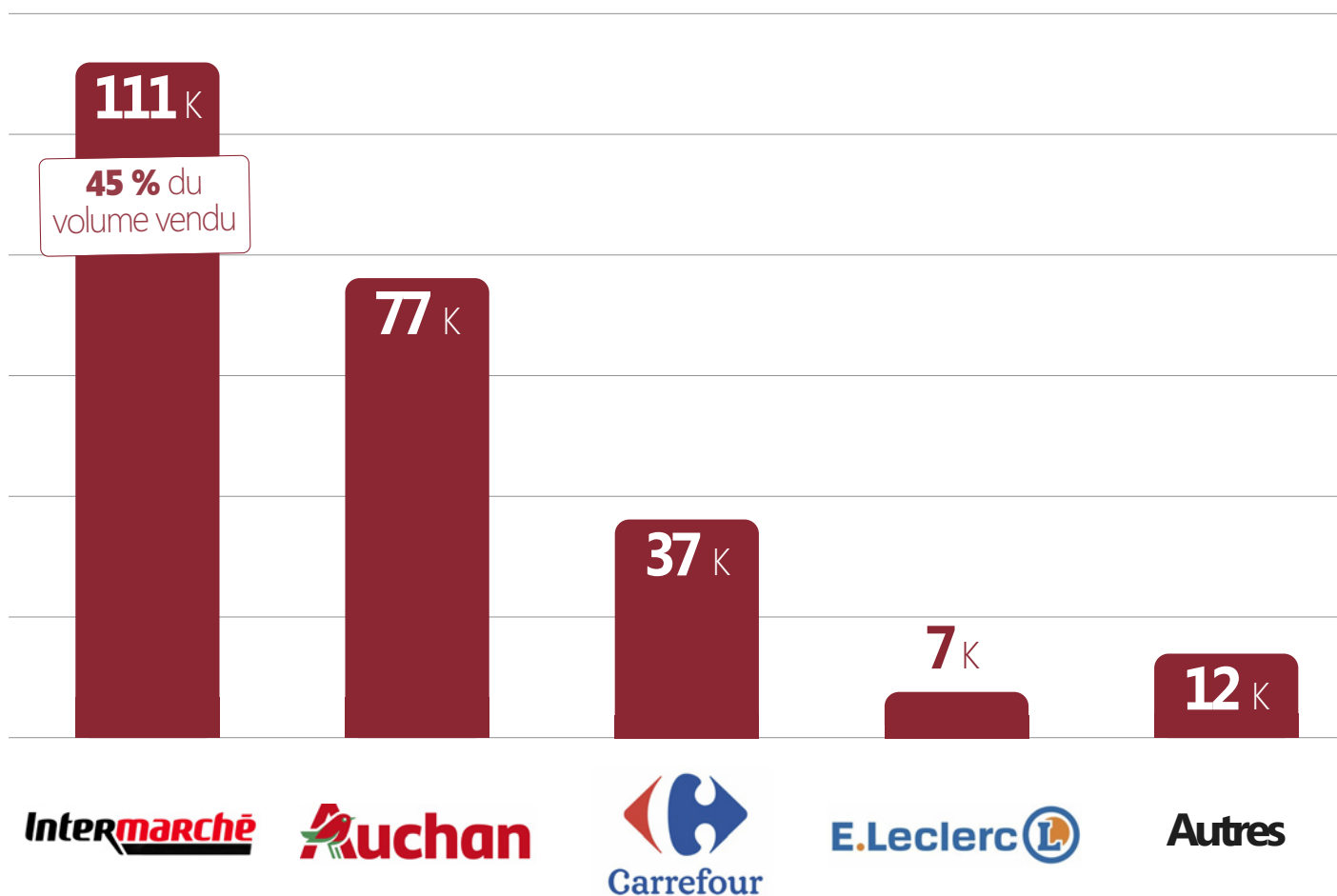


245 000
produits vendus
(dans 1 000 magasins)

530 travailleurs en situation
de handicap



> Nombre de produits vendus par enseigne en 2024



LA DIFFUSION DES BARRES MARS (X 10) CHEZ INTERMARCHÉ

relevé en drives, % de sites détenteur

a3distrib
by NielsenIQ



L'OBSERVATOIRE DES PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ

82

enseignes passées
au crible

• Payant ou gratuit ?

61 proposent
une carte de fid' **gratuite**

8 proposent
une carte **payante**

13 ont une carte **gratuite**
et carte **payante**

• App or not app ?

41 ont une appli
et autant n'en ont pas



• Quels leviers de fidélité utilisés ?

Les 3 leviers possibles

Récompense
Cumul d'achat

Promotions

Services
Reconnaissance

46 actionnent les **3 leviers**

24 actionnent **2 leviers** **12** actionnent **1 levier**

• Le principal levier utilisé ?

Récompense
Cumul d'achat

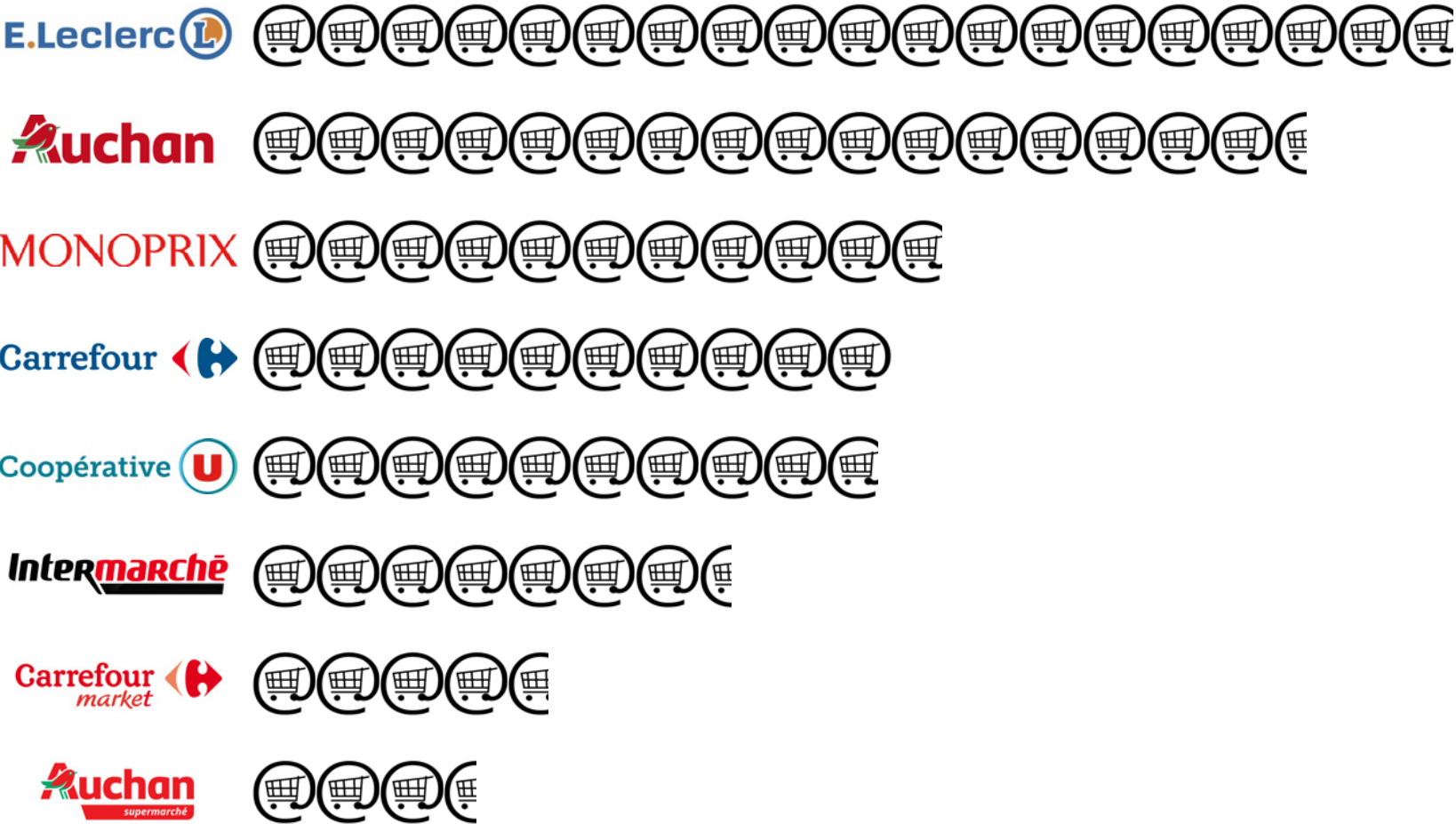
Levier dominant pour

46 enseignes

26 enseignes **augmentent**
la générosité avec l'engagement
du client
33 ont un niveau de **générosité** stable

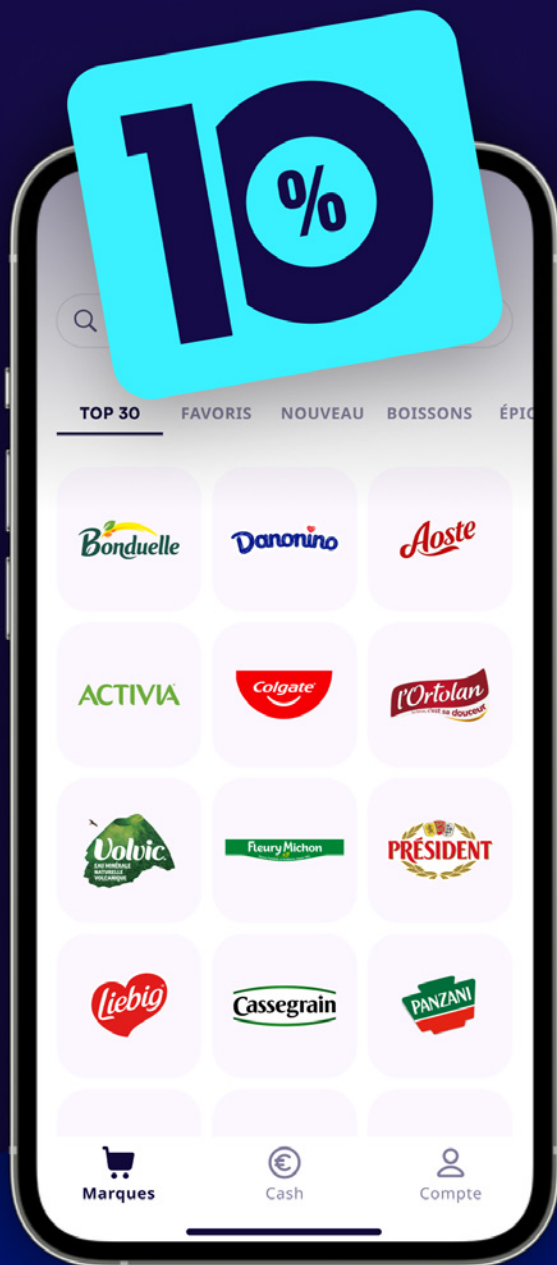
CE QUE PÈSE LE E-COMMERCE DANS L'ACTIVITÉ DES ENSEIGNES

> % des ventes e-commerce PGC / Frais LS 2024 vs 2023



NielsenIQ

Évol vs 2023



10% : le nouveau programme de fid brand-centric qui libère la data

Pour vos clients

- 10% sur toutes les marques FMCG du quotidien dans tous les circuits de distribution toute l'année

Pour votre marque

- Récompenser les fidèles vs les promo hunters
- Un corner media premium dédié
- Un accès à l'intégralité du data lake transactionnel

+

1 produit scanné chaque seconde !

 partners@10pourcent.fr

ILS NOUS FONT ÉGALEMENT CONFIANCE

Actimèl

CARAPPELLI

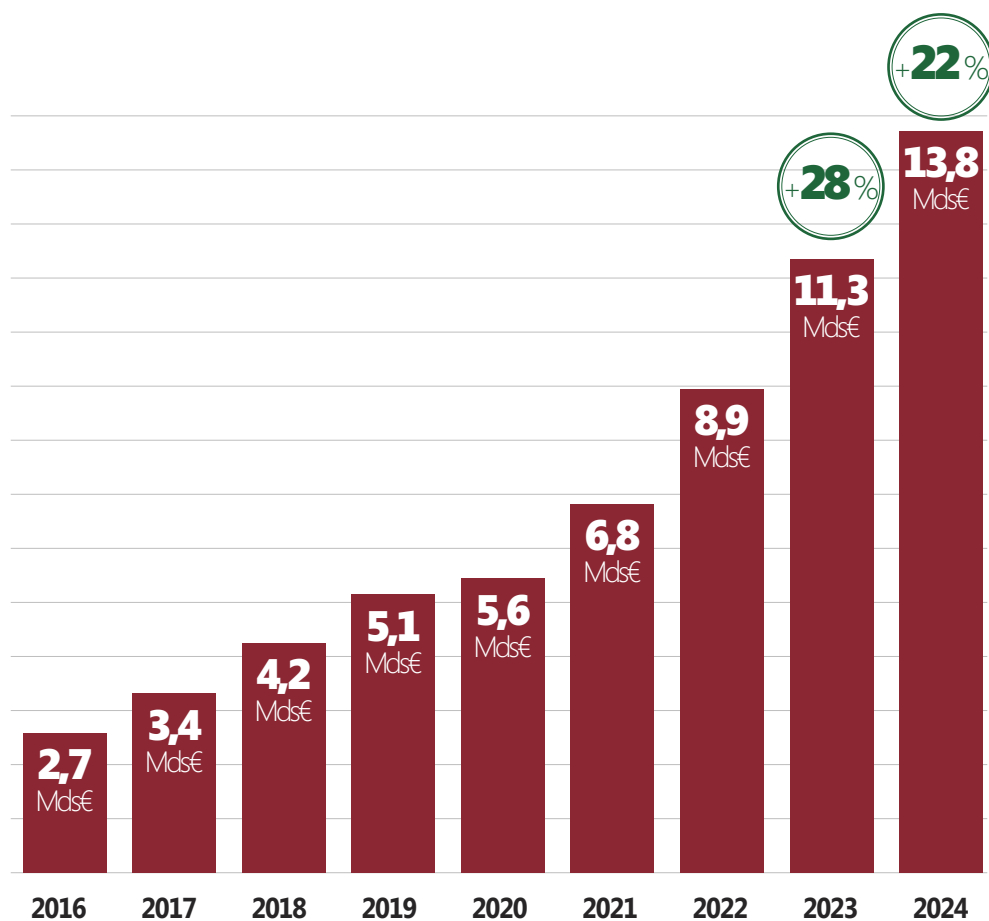
Danette

Tendriade

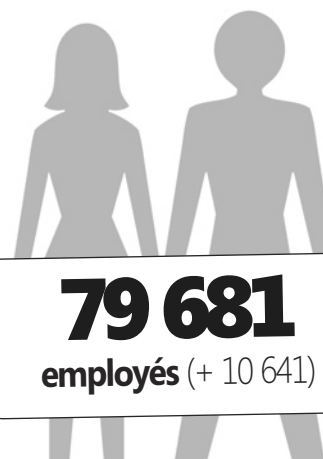
Zapetti

ACTION : LES CHIFFRES-CLÉS 2024

> Chiffre d'affaires (tous pays)



352 Le nombre d'ouvertures



79 681
employés (+ 10 641)

2 918

Le nombre de magasins dans les 12 pays d'Action

+10 %

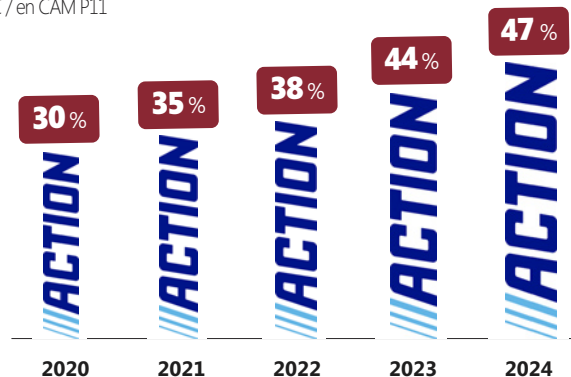
La croissance du CA à magasins comparables (like for like)



Taux de pénétration en France



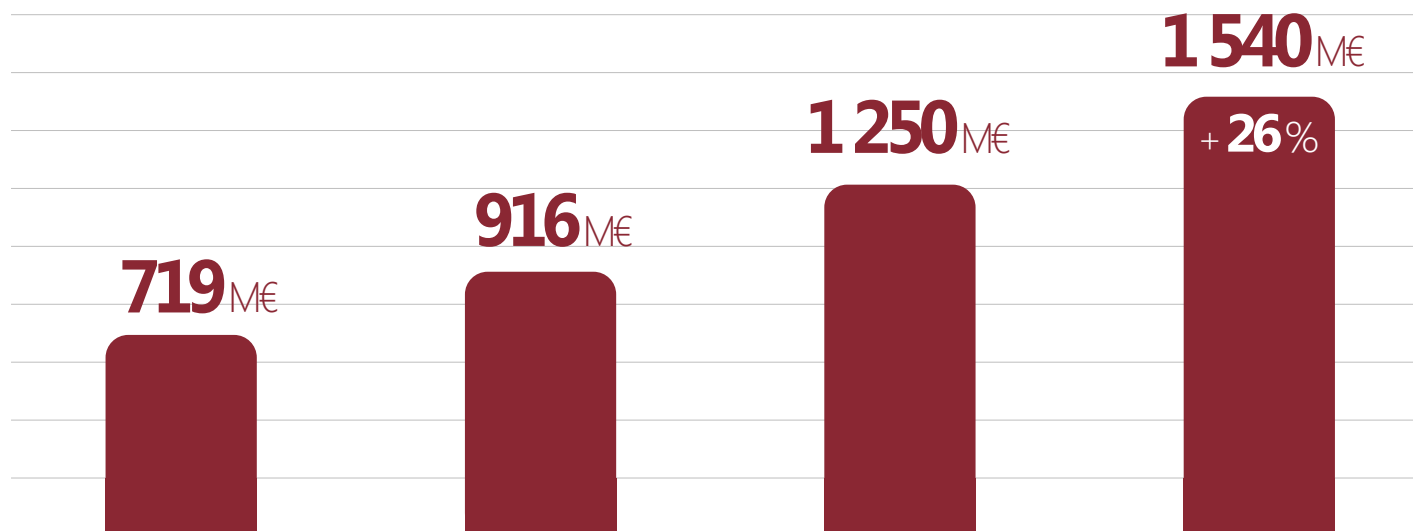
PGC / en CAM P11



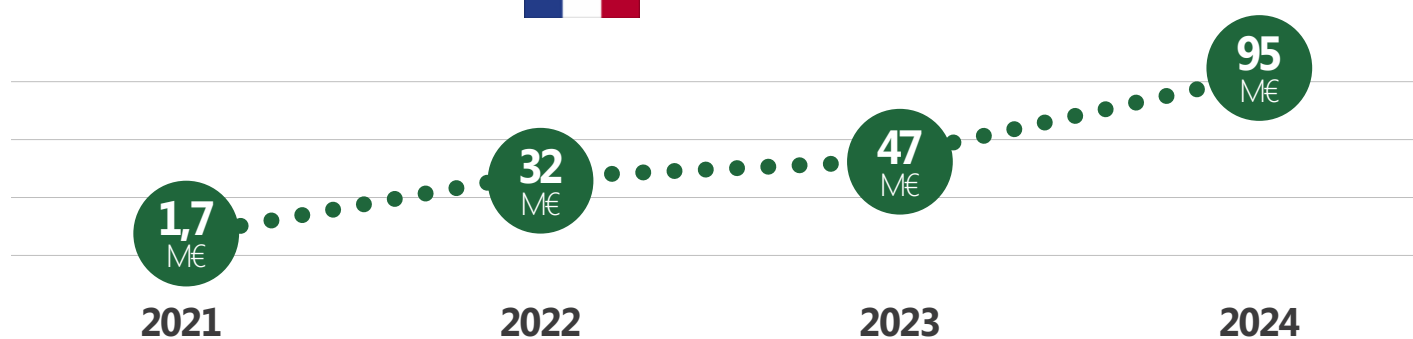
PICNIC : LES CHIFFRES-CLÉS

a3distrib
by NielsenIQ

> Chiffre d'affaires total (Pays-Bas/Allemagne/France)

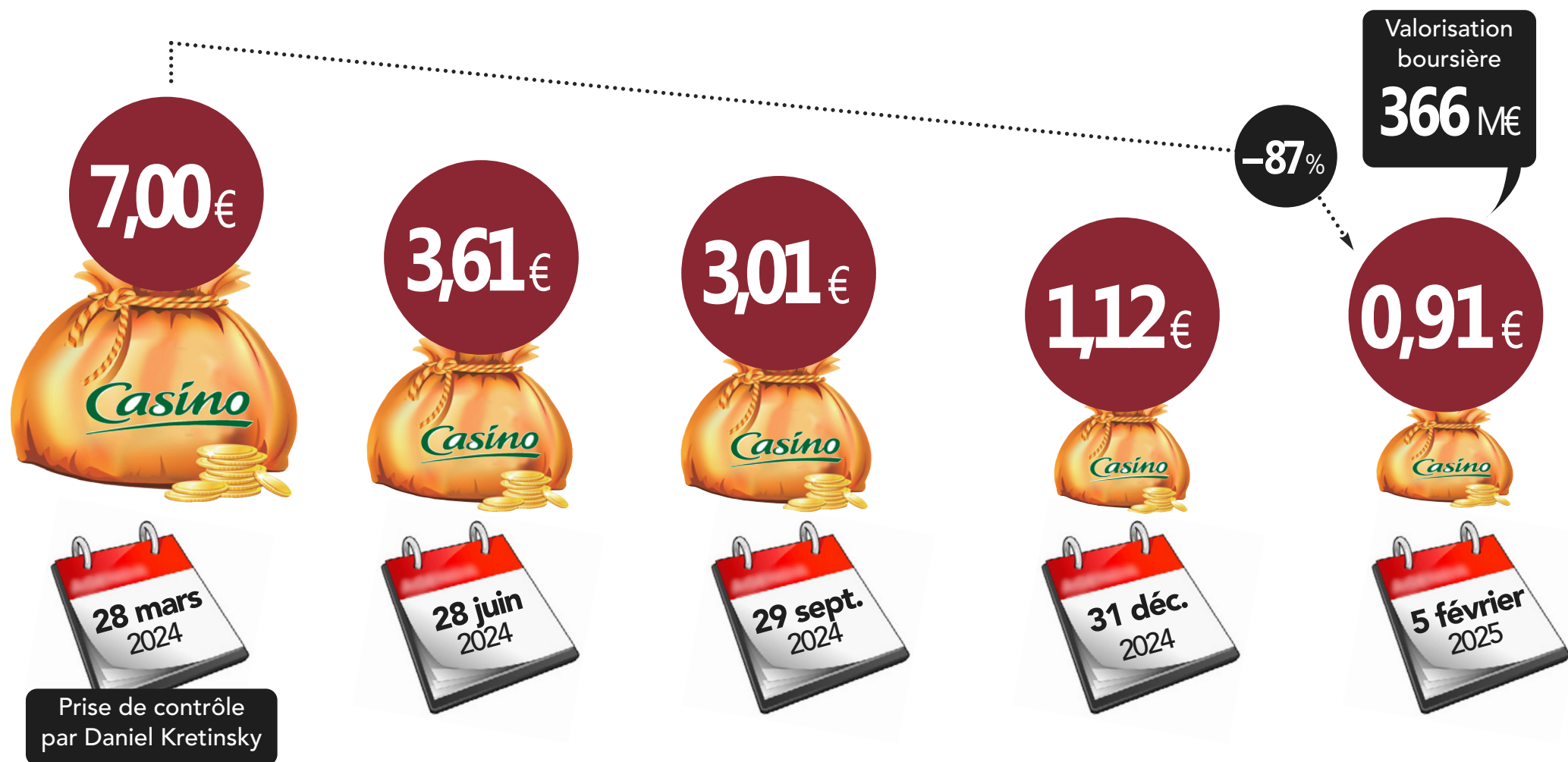


> Chiffre d'affaires France

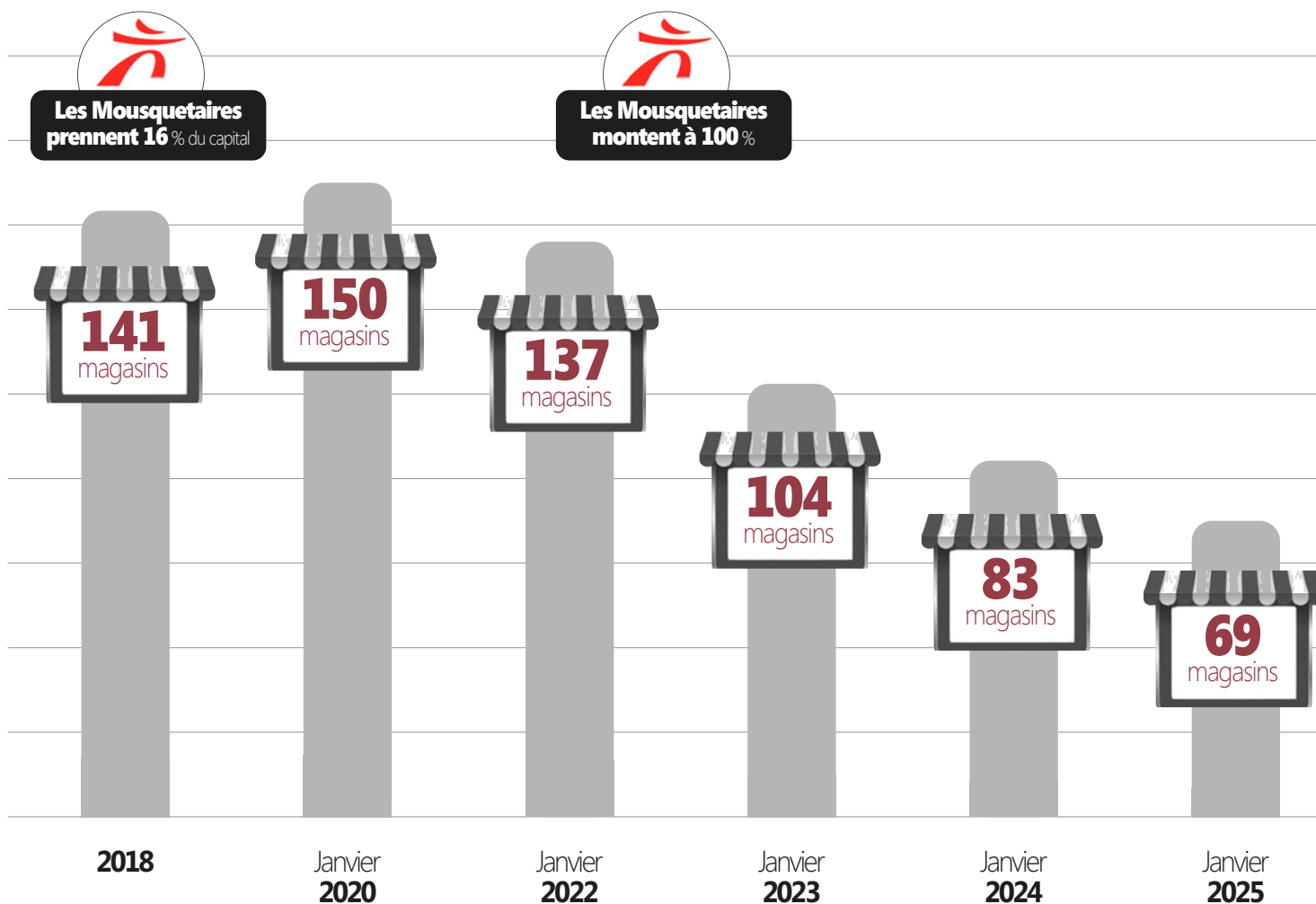


LE COURS DE L'ACTION CASINO EN BOURSE

en € par action



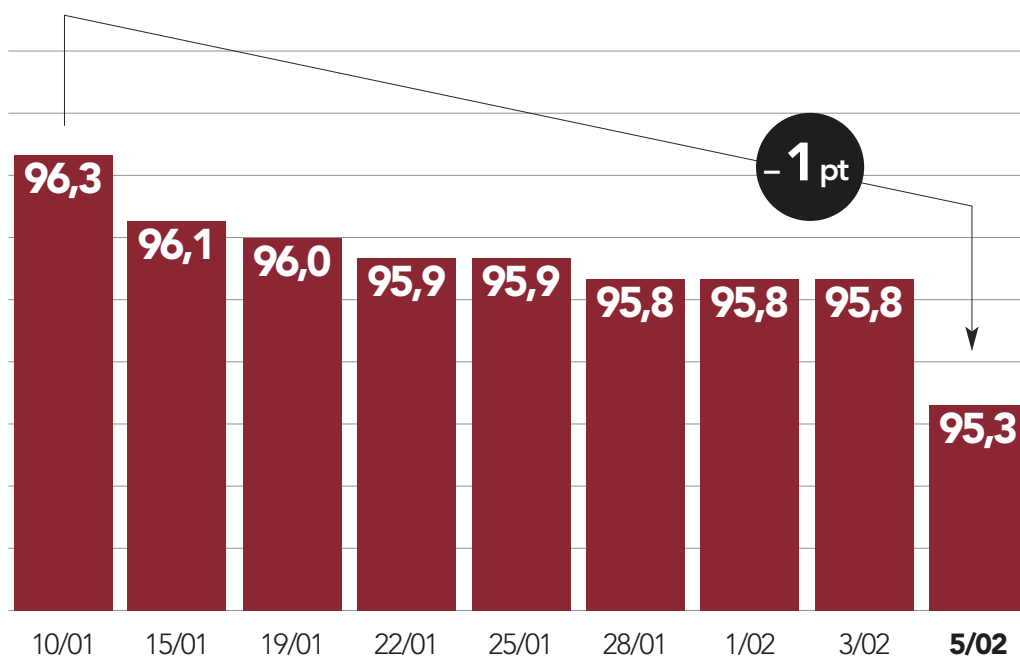
COMPTOIRS DE LA BIO : L'ÉVOLUTION DU PARC



ÉVOLUTION DE L'INDICE PRIX INTERMARCHÉ

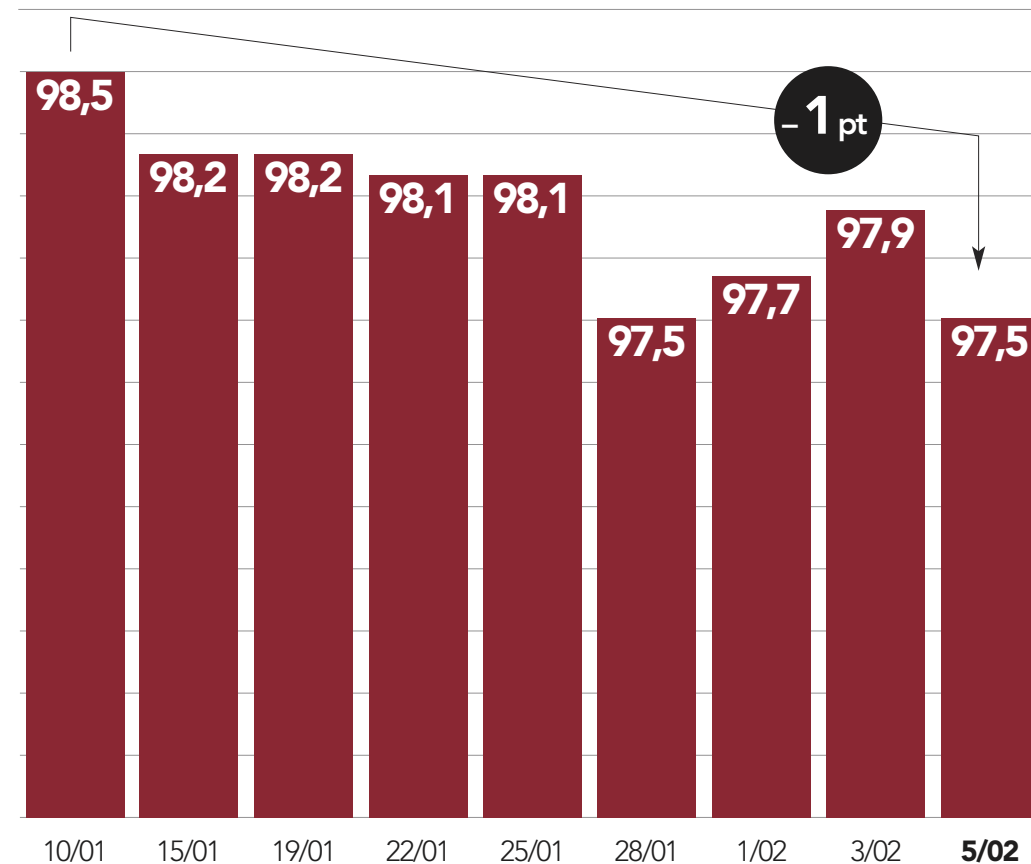
Indice DISTRI PRIX

Intermarché
HYPER



a3distrib
by NielsenIQ

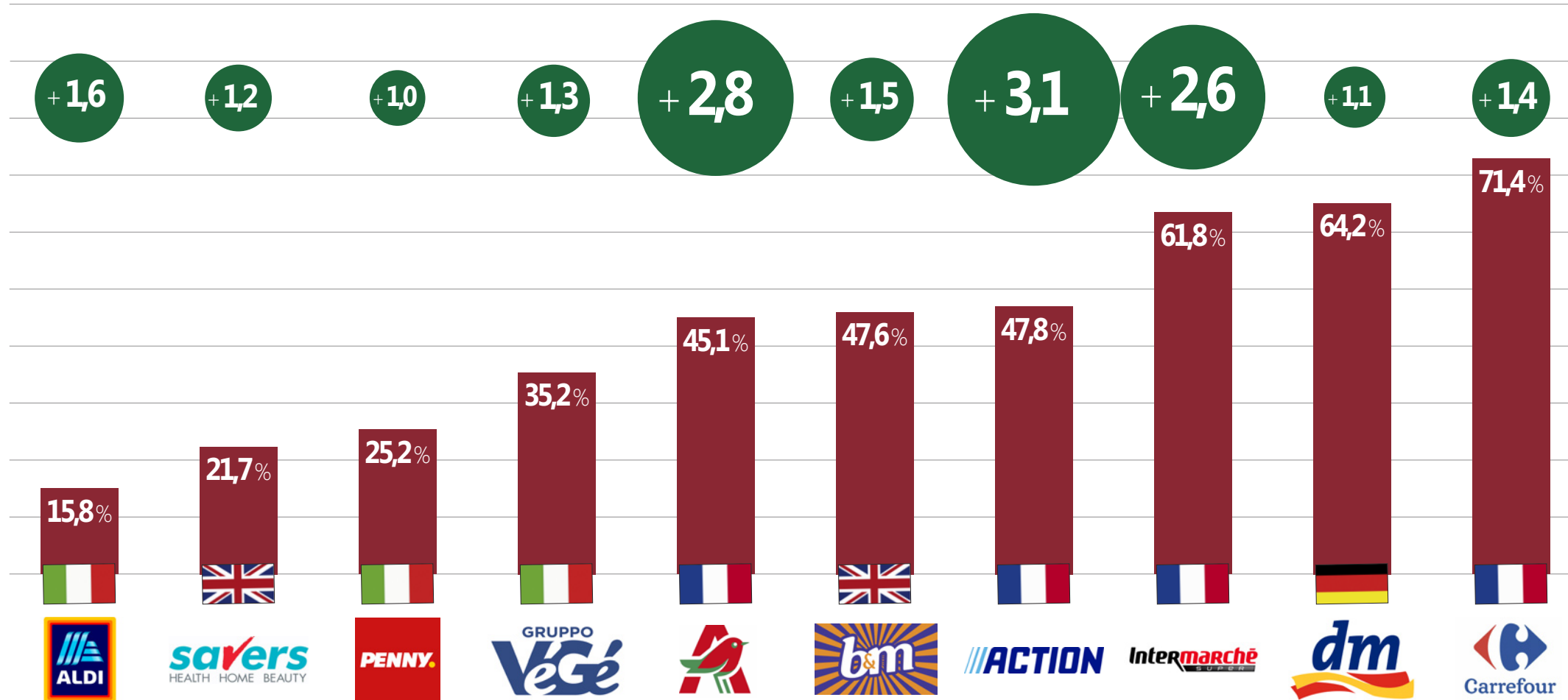
Intermarché
SUPER



LES ENSEIGNES QUI ONT GAGNÉ LE + DE CLIENTS EN 2024

NielsenIQ

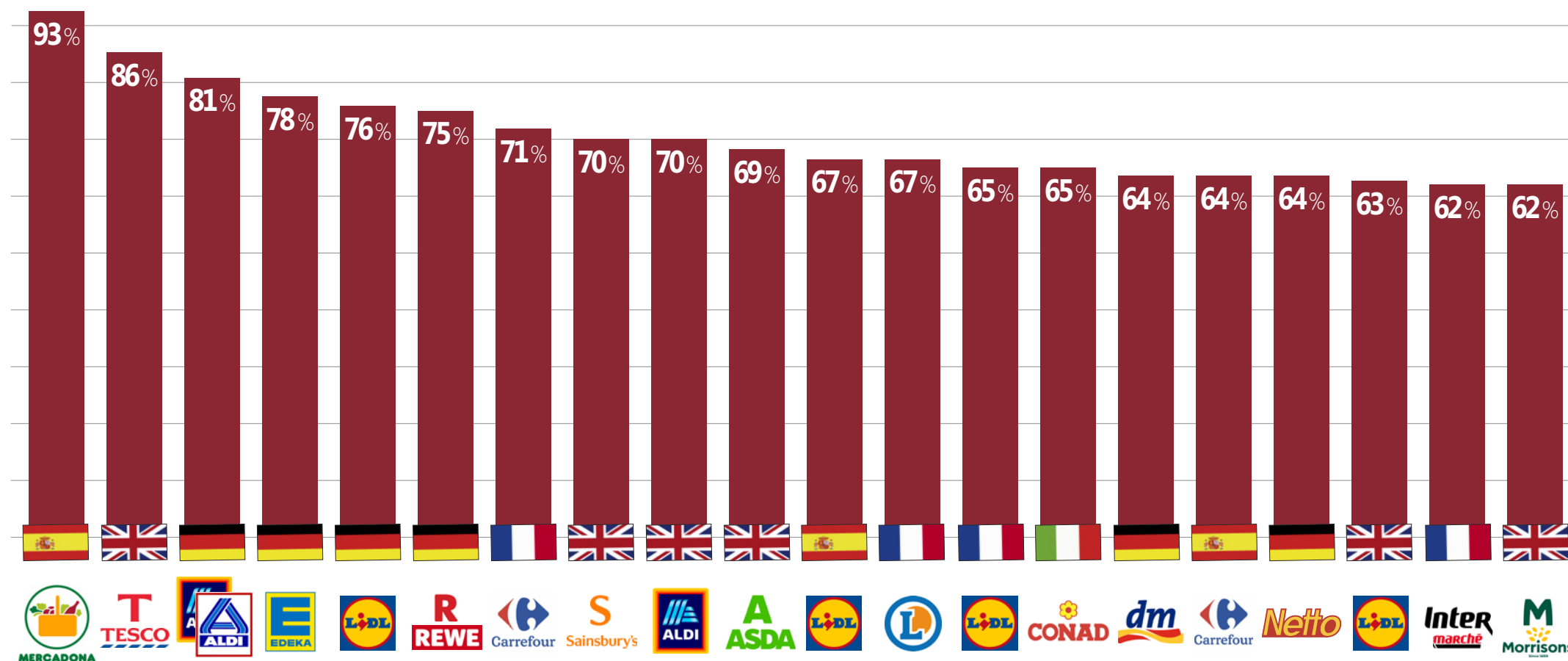
> Taux de pénétration et évolution (en point) / CAM 2024)



TAILLE DE CLIENTÈLE : LES MEILLEURES ENSEIGNES EUROPÉENNES

NielsenIQ

> Taux de pénétration PGC / Frais LS 2024



VIENT DE PARAÎTRE

21^e édition !

*"Personne ne regarde
les magasins comme
lui et, surtout,
n'ose le raconter"*

101 petits exercices
de **Penser-Client**
[et tant pis si ça pique !]

84 pages

Tranches de vie
commerciale
2025
21^e édition



101 petits exercices de **PENSER-CLIENT**
[et tant pis si ça pique !]

éditions
DAUVERS

**Offrez
un cadeau original !**
(clients, collaborateurs)

à partir de
~~26€~~ **16€**
l'unité

Commande en nombre

Commande à : caroline.bazin@editionsdauvers.fr



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