

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la consommation

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

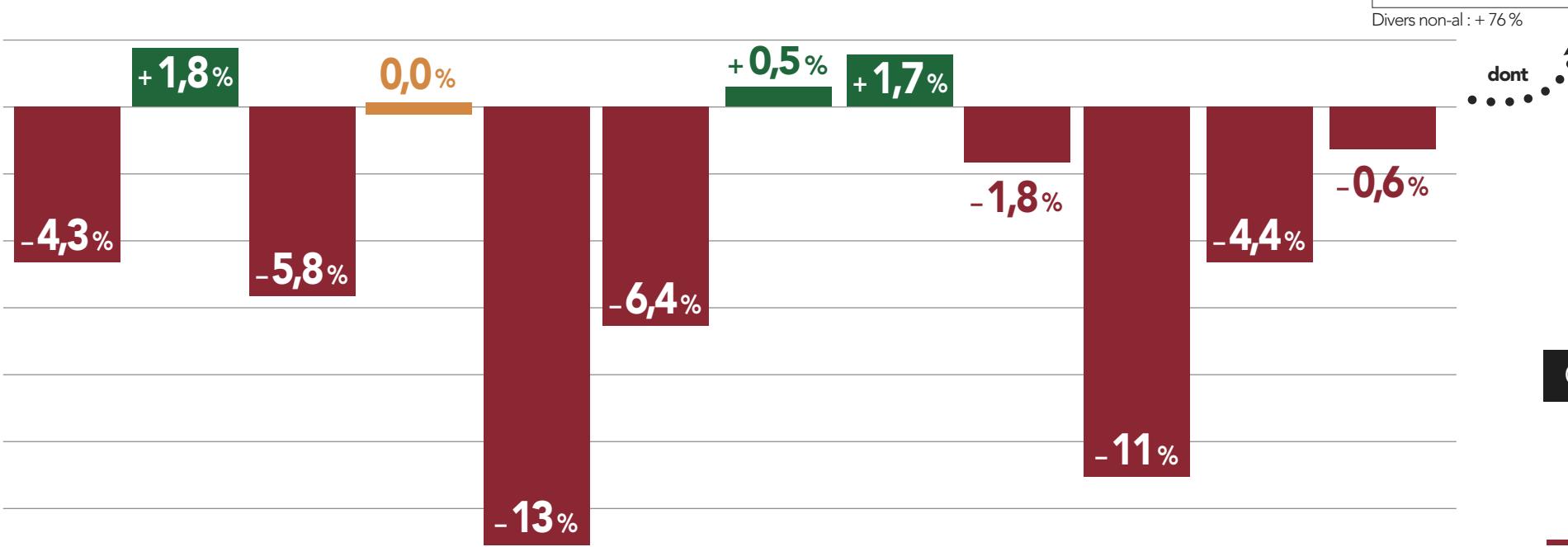
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



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 %

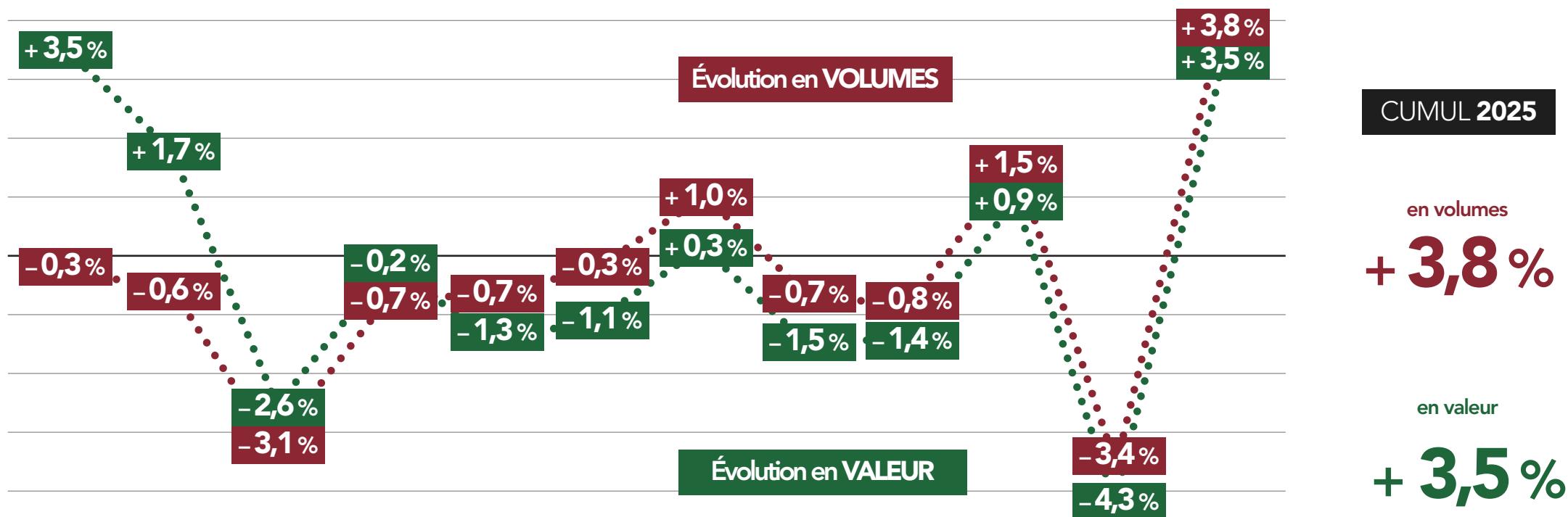
CUMUL 2025

en valeur

-0,6 %

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

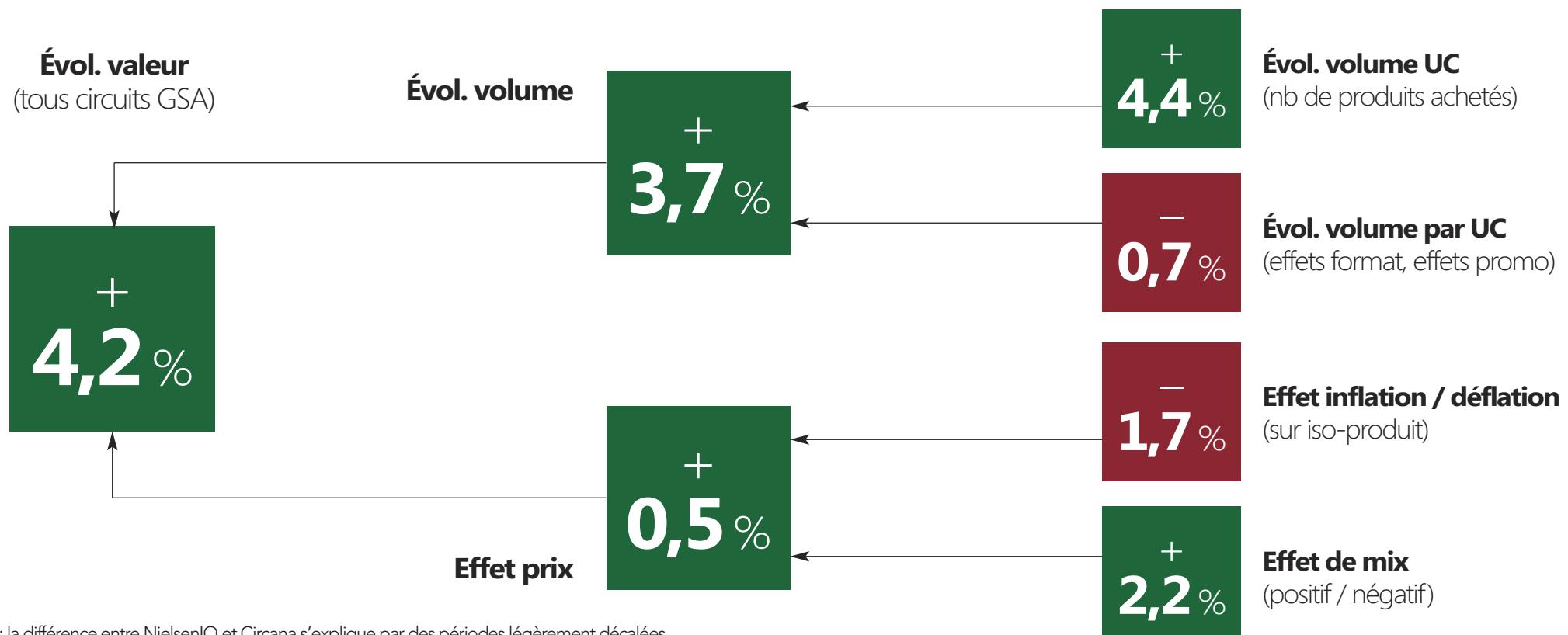
En volumes / valeur, tous circuits GSA



LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

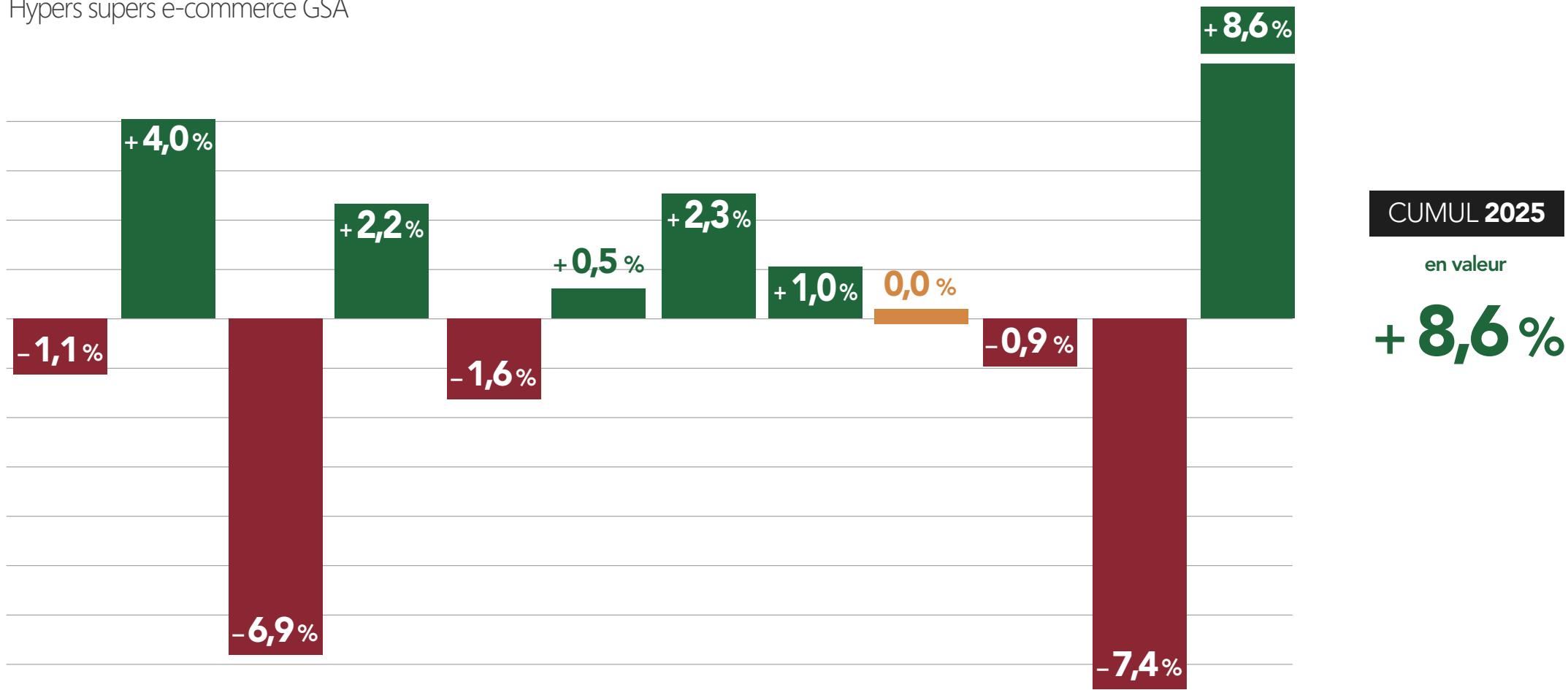
NielsenIQ

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



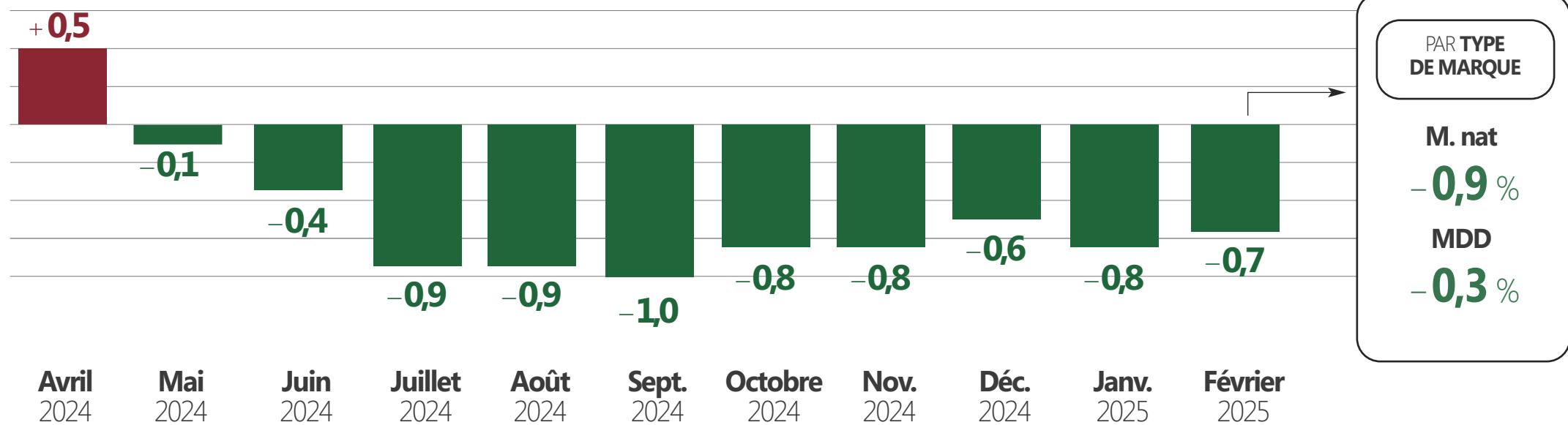
ÉVOLUTION DU CA POIDS VARIABLE (frais traditionnel)

Hypers supers e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS

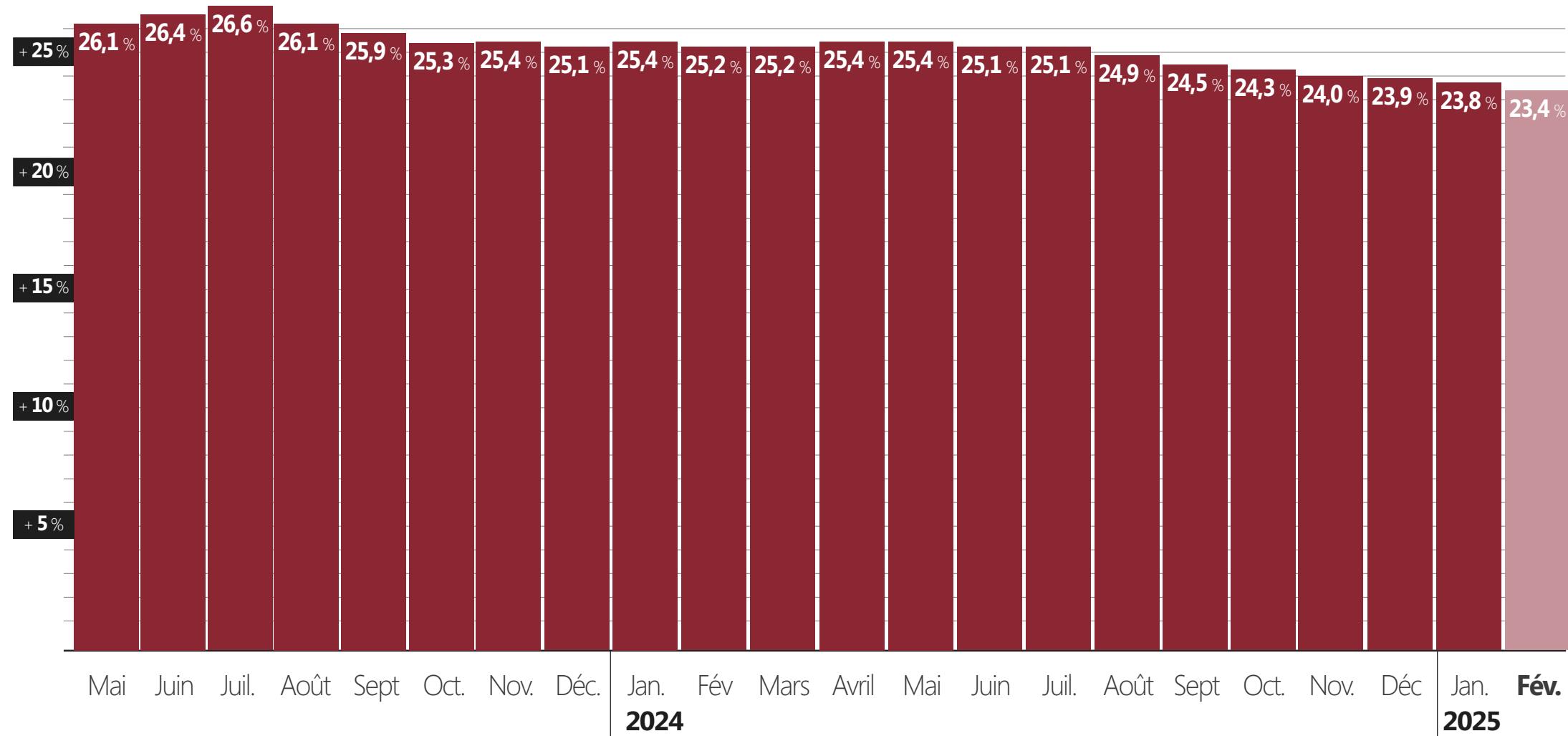
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



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

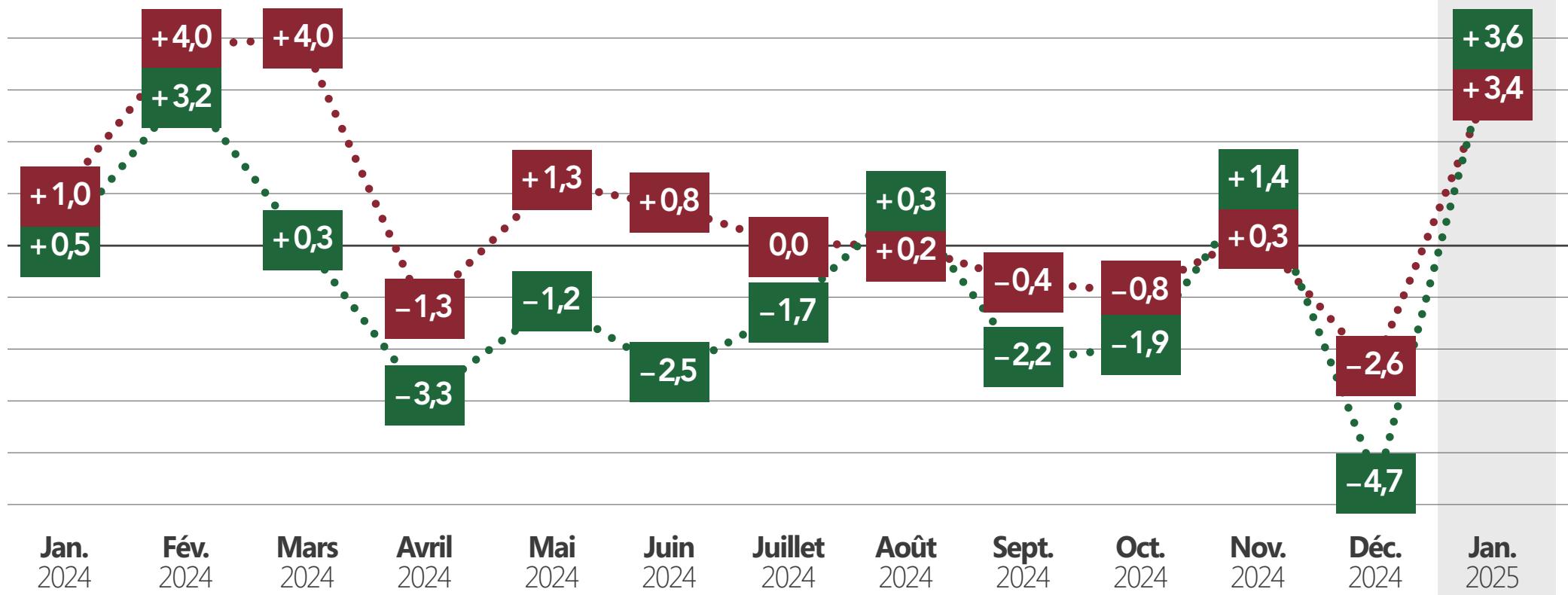


ÉVOLUTION DES VENTES MDD ET MN (% VS N-1)

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

MDD
Cumul 2025 + 3,4 %

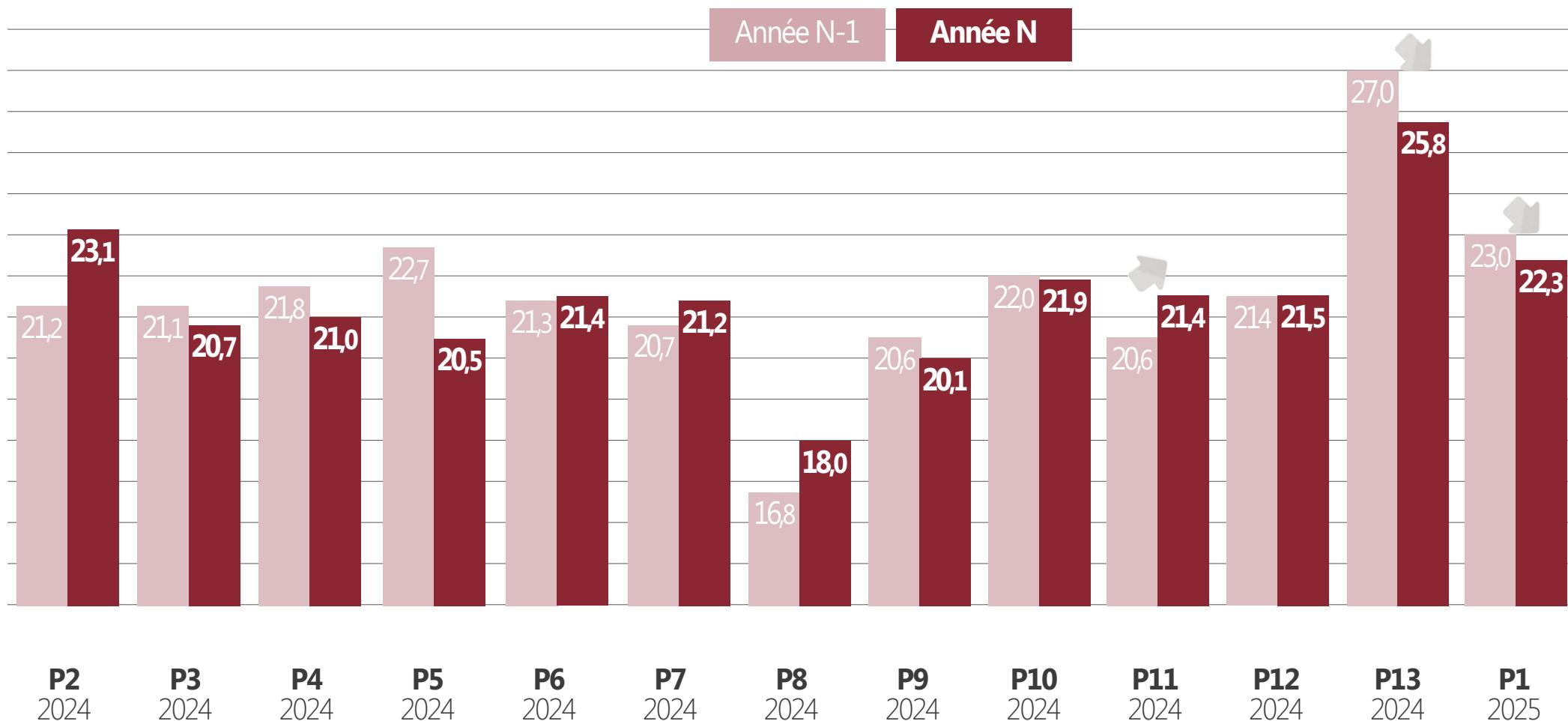
Marques Nat
Cumul 2025 + 3,6 %



LES VENTES SOUS PROMO

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

NielsenIQ





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

Drive

LAD

Évol
du CA

+ 2,2 %

+ 5,8 %

+ 4,9 %

- 0,7 %

+ 7,4 %

+ 6,9 %

+ 4,1 %

+ 4,0 %

nc

% des ventes

16,7 %

19,7 %

20,1 %

11,0 %

7,0 %

2,6 %

13,4 %

8,4 %

1,1 %

36,5 %

31,1 %

9,5 %

9,5 %

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 %

20,3 %

11,2 %

7,0 %

2,7 %

13,8 %

7,8 %

1,0 %

36,2 %

31,5 %

9,7 %

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

Drive

LAD

**Évol
des
volumes**

+ 3,2 %

+ 5,3 %

+ 4,9 %

- 0,9 %

+ 7,4 %

+ 6,5 %

+ 4,1 %

+ 5,5 %

nc

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



SDMP
(Discount)

Rurale



Drive

LAD

**Évol
des
volumes**

- 2,7 %

+ 0,7 %

+ 1,5 %

- 2,9 %

+ 3,8 %

+ 2,8 %

+ 1,4 %

+ 6,5 %

nc

A black and white photograph of two men laughing heartily. The man on the left is wearing a white sweatshirt with a small 'Tut Tut' logo on the chest. The man on the right is wearing a white long-sleeved shirt with a larger 'Tut Tut' logo on the chest. They are both seated, facing each other. A speech bubble originates from the man on the left, pointing towards a call-to-action button.

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)

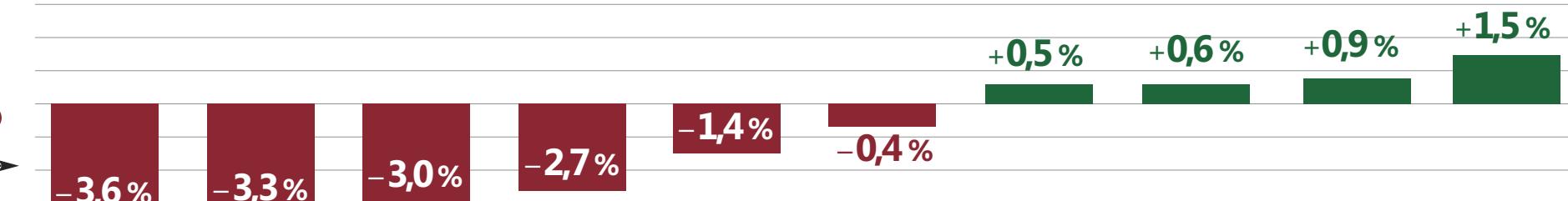
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

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



Moyenne PGC FLS

-0,3 %



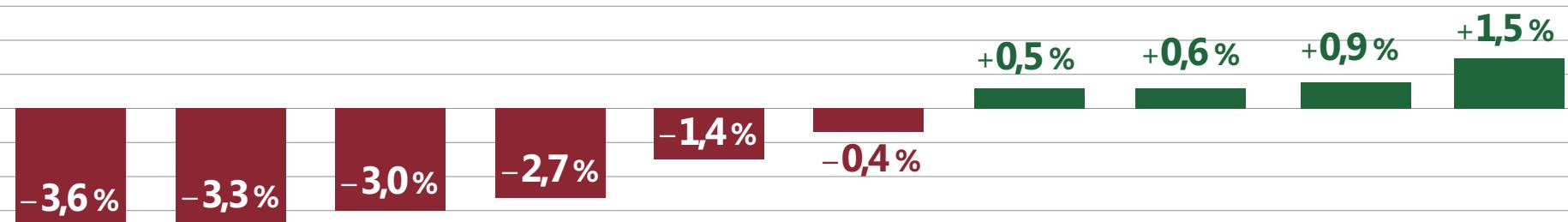
L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS

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



Moyenne PGC FLS

-0,3 %

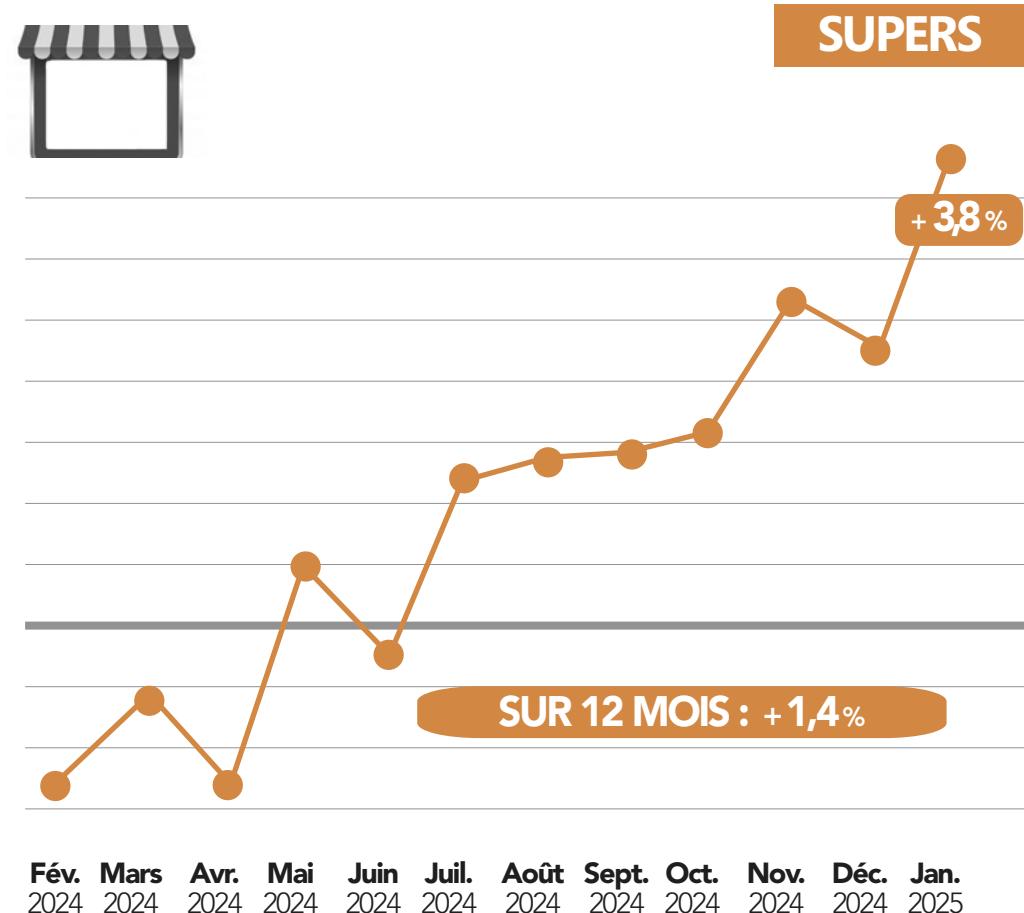
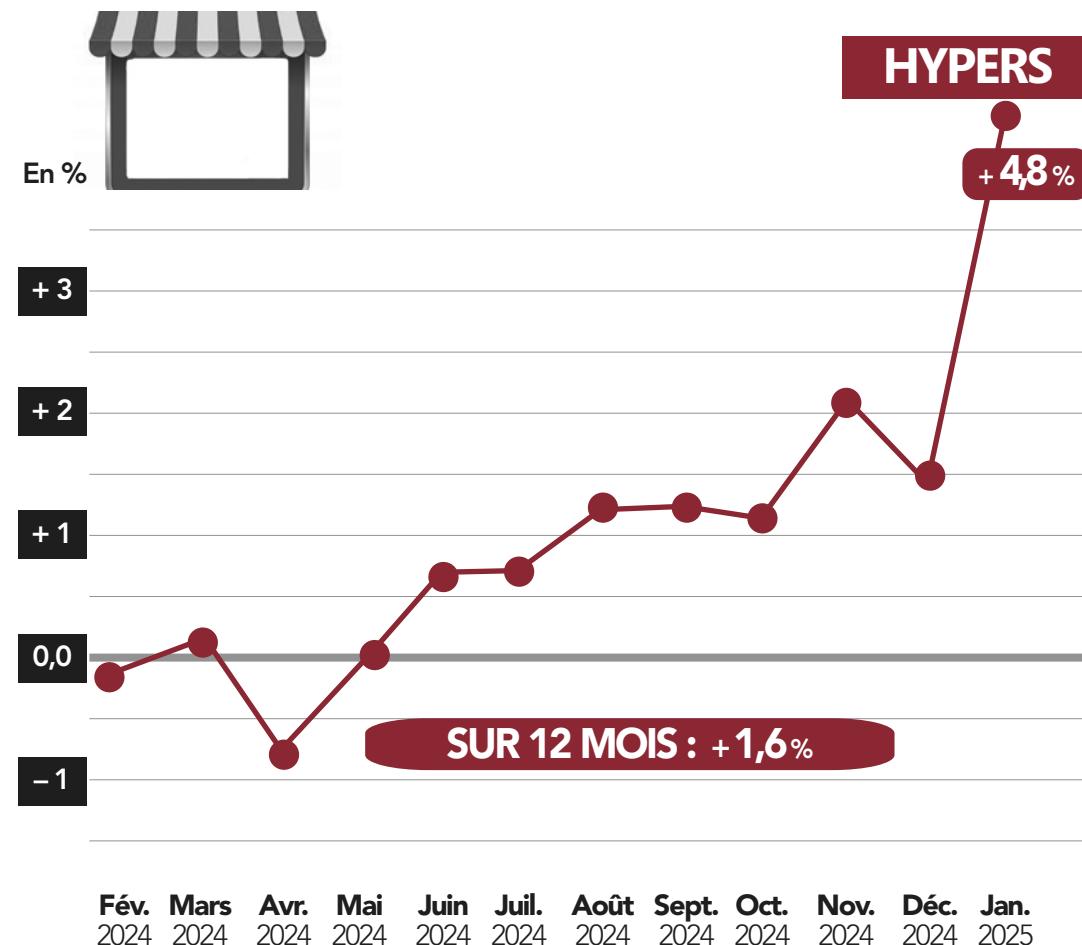


Évol CA



ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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



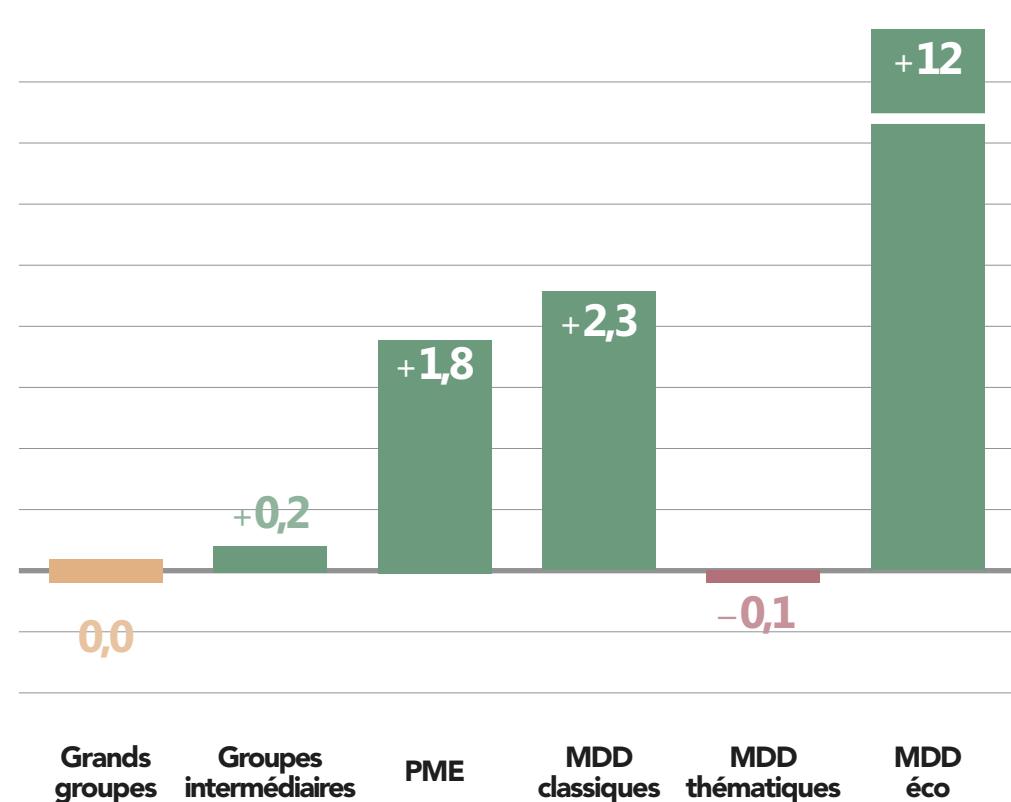
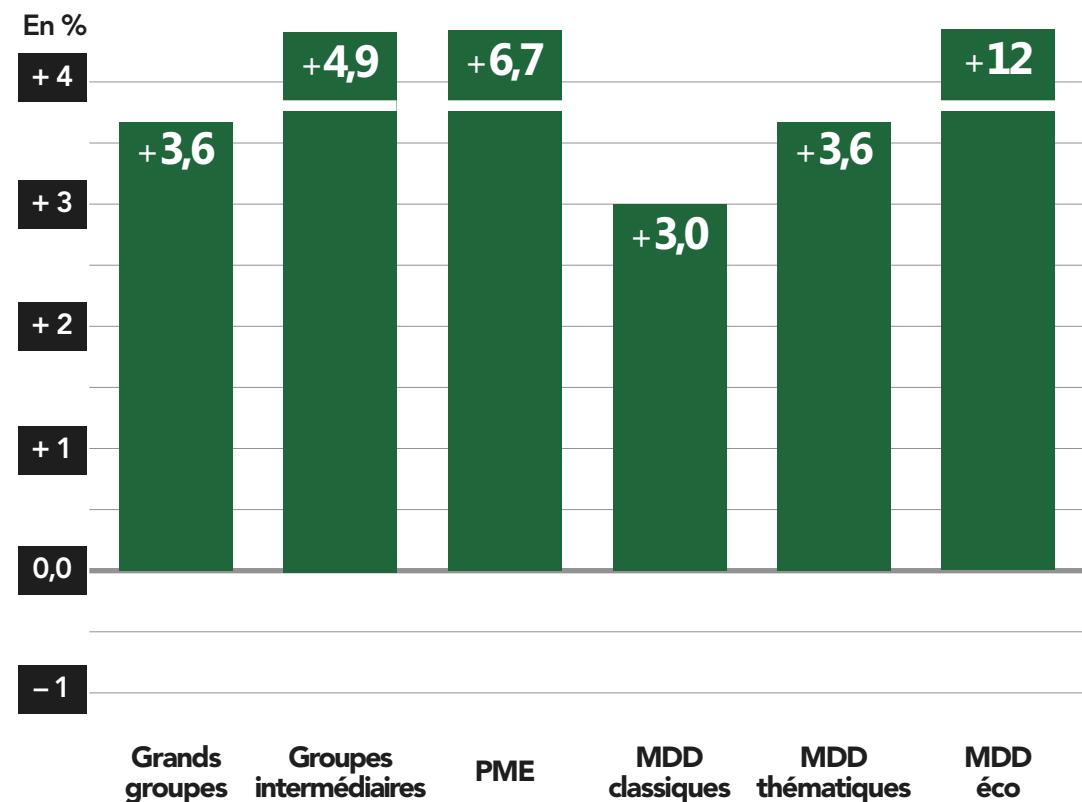
ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

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

MN
64,4 %

MDD
35,5 %

Grands groupes
46,0 %

ETI
9,2 %

PME
7,4 %

TPE
1,7 %

Standard
30,0 %

Bio
1,9 %

Premium
1,6 %

1^{ers} prix
2,0 %

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

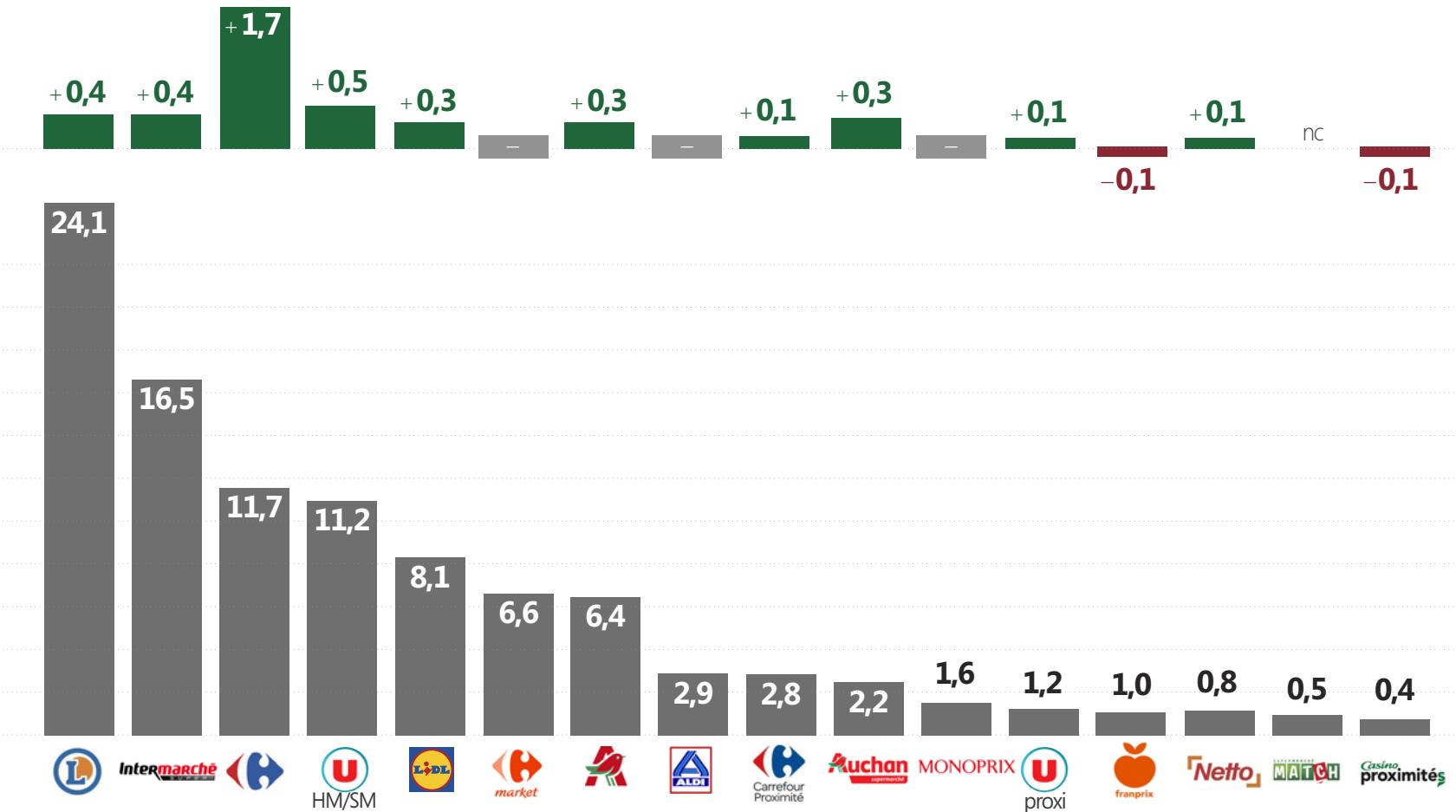
→ **LES ENSEIGNES**

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



1,6



1,3



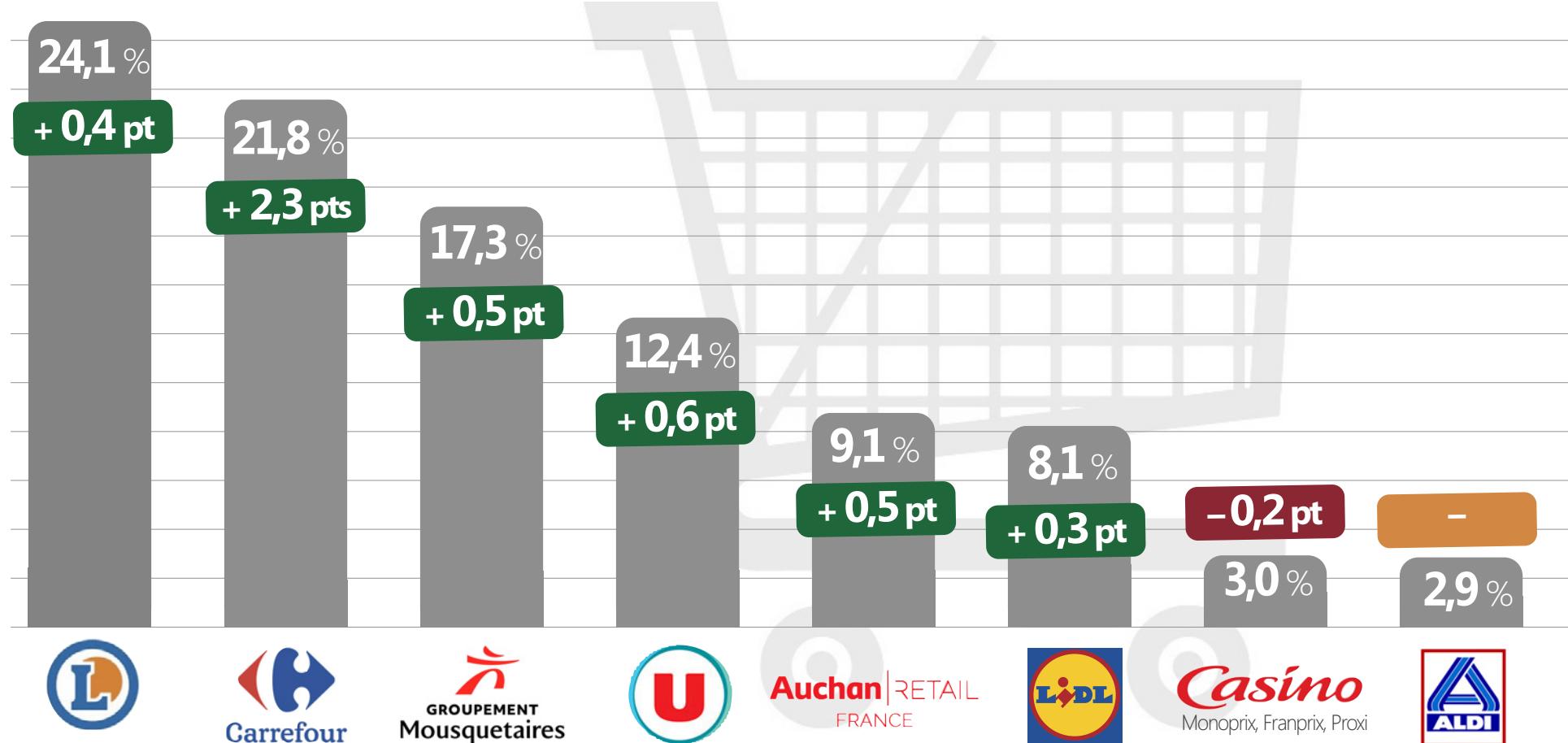
1,0

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)

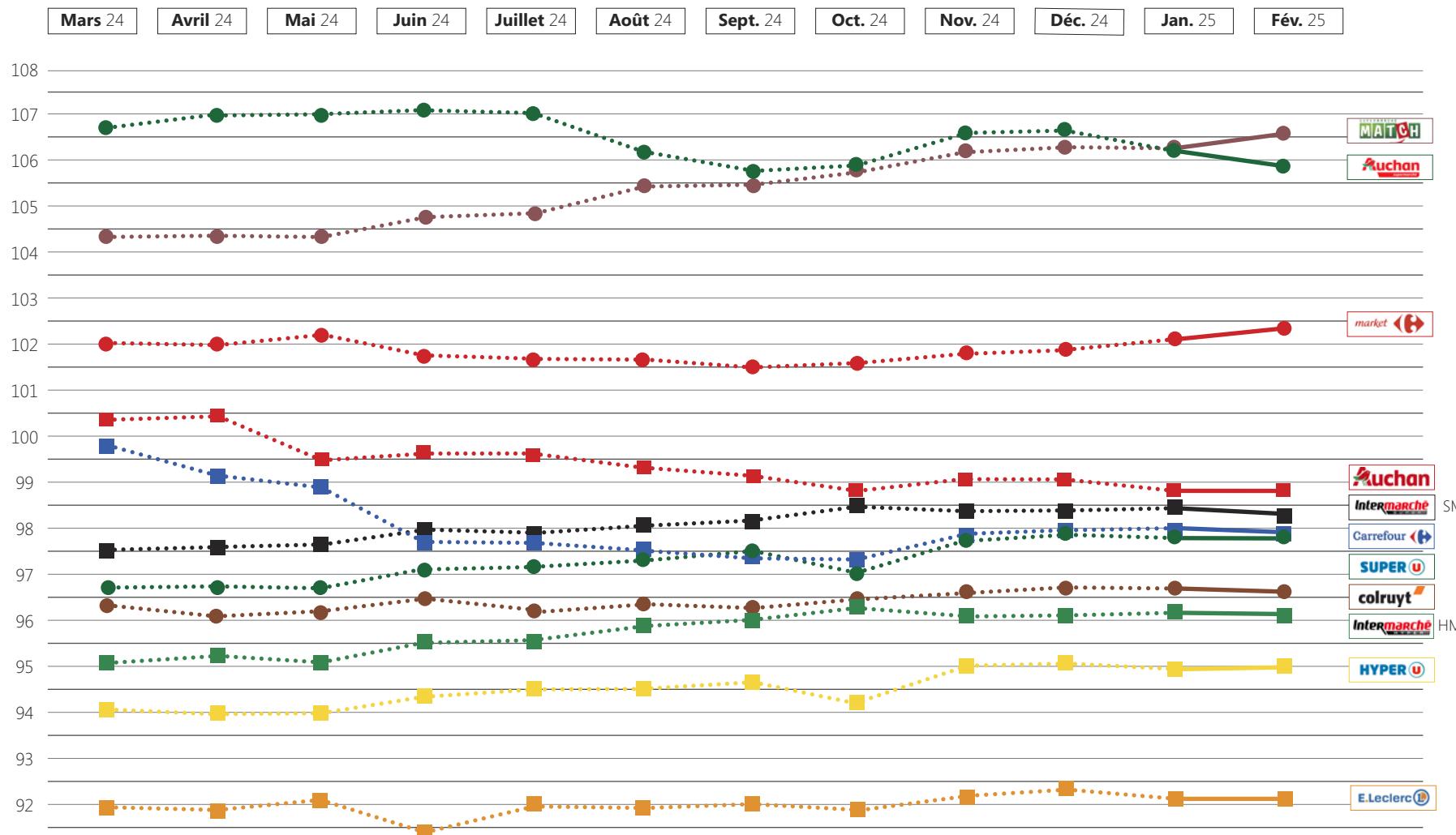
KANTAR



DISTRI PRIX FÉVRIER 2025

L'indice des prix drive hypers/supers

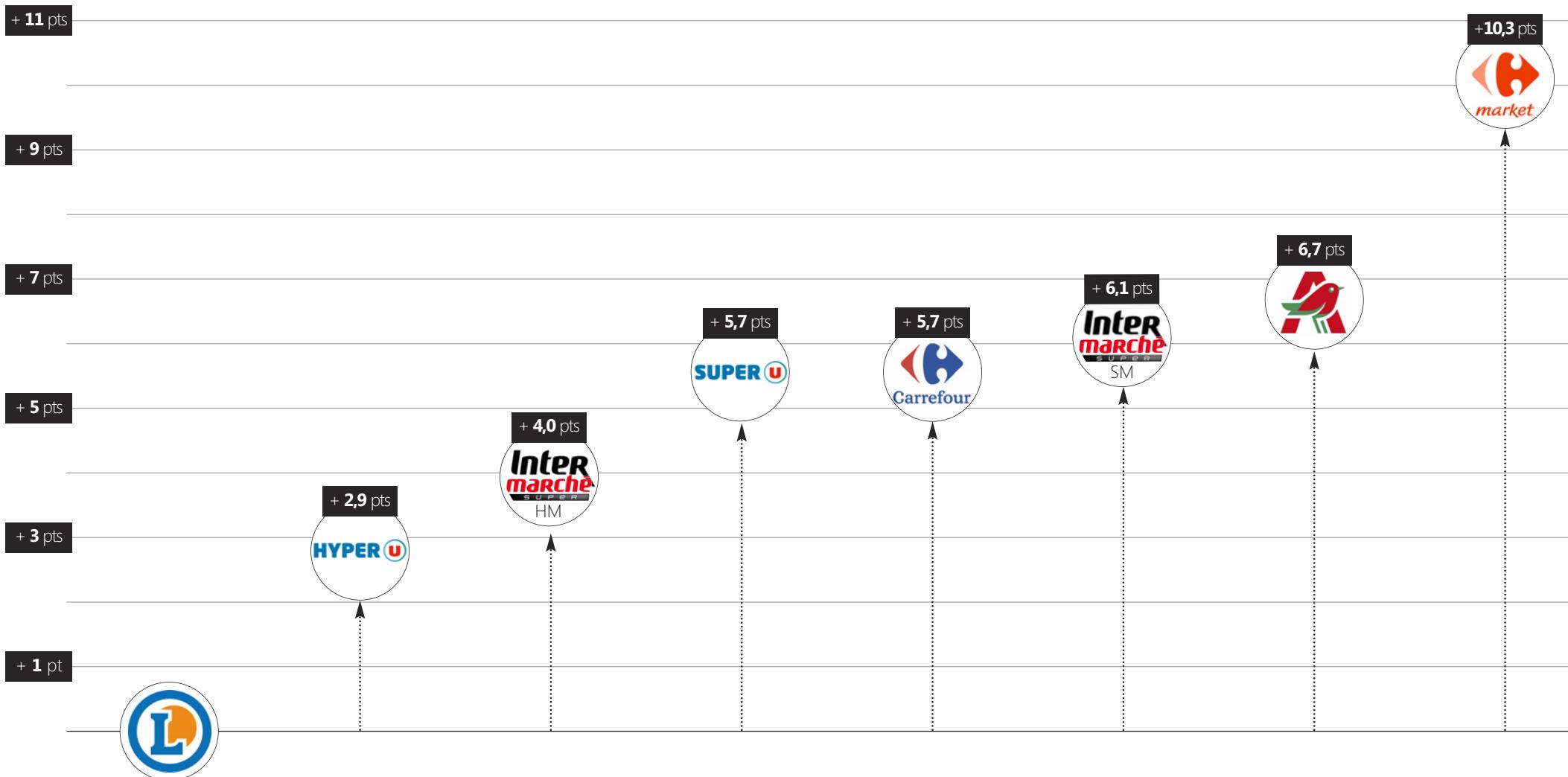
a3distrib
by NielsenIQ



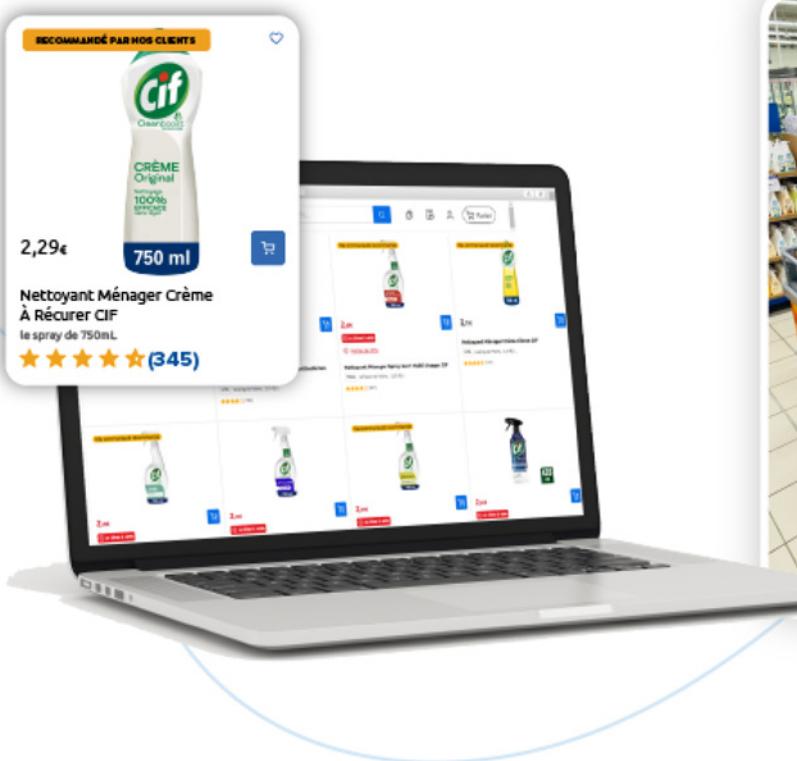
L'ÉCART D'INDICE PRIX AVEC LECLERC (POUR LES PRINCIPALES ENSEIGNES)

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

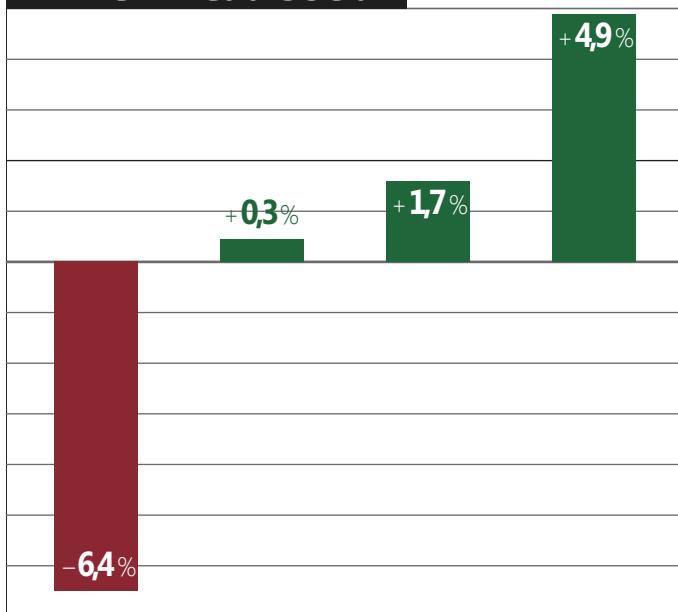
→ **LES BONUS (DU MOIS)**

LA BAISSE (TRÈS) DIFFÉRENCIÉE DES VOLUMES

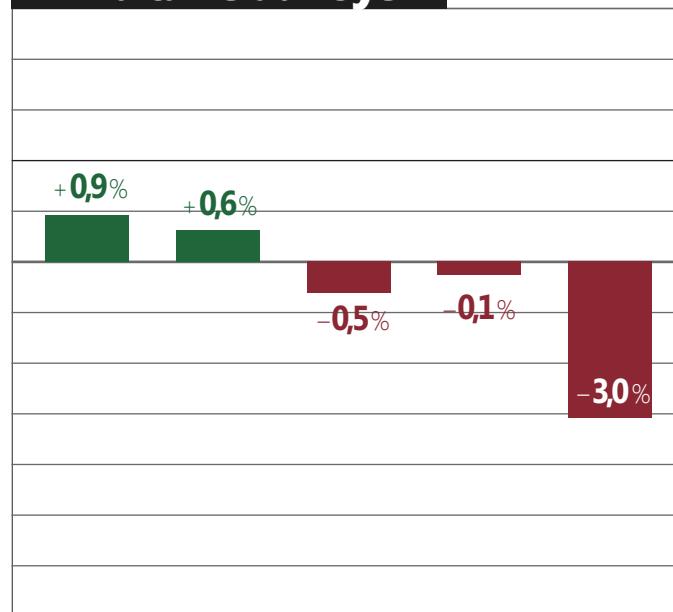
NielsenIQ

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

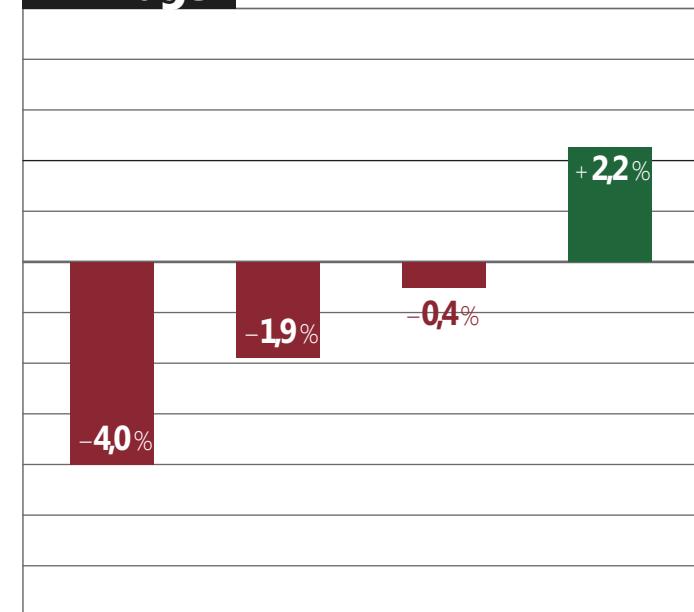
Selon le niveau social



Selon la taille du foyer



Selon l'âge



Modeste Moyen inférieur Moyen supérieur Aisé

Foyer 1 pers. Foyer 2 pers. Foyer 3 pers. Foyer 4 pers. Foyer 5 et +

Moins de 35 ans De 35 à 49 ans De 50 à 64 ans Plus de 65 ans

Évolution volumes moyenne
PGC Frais LS

-0,7 %

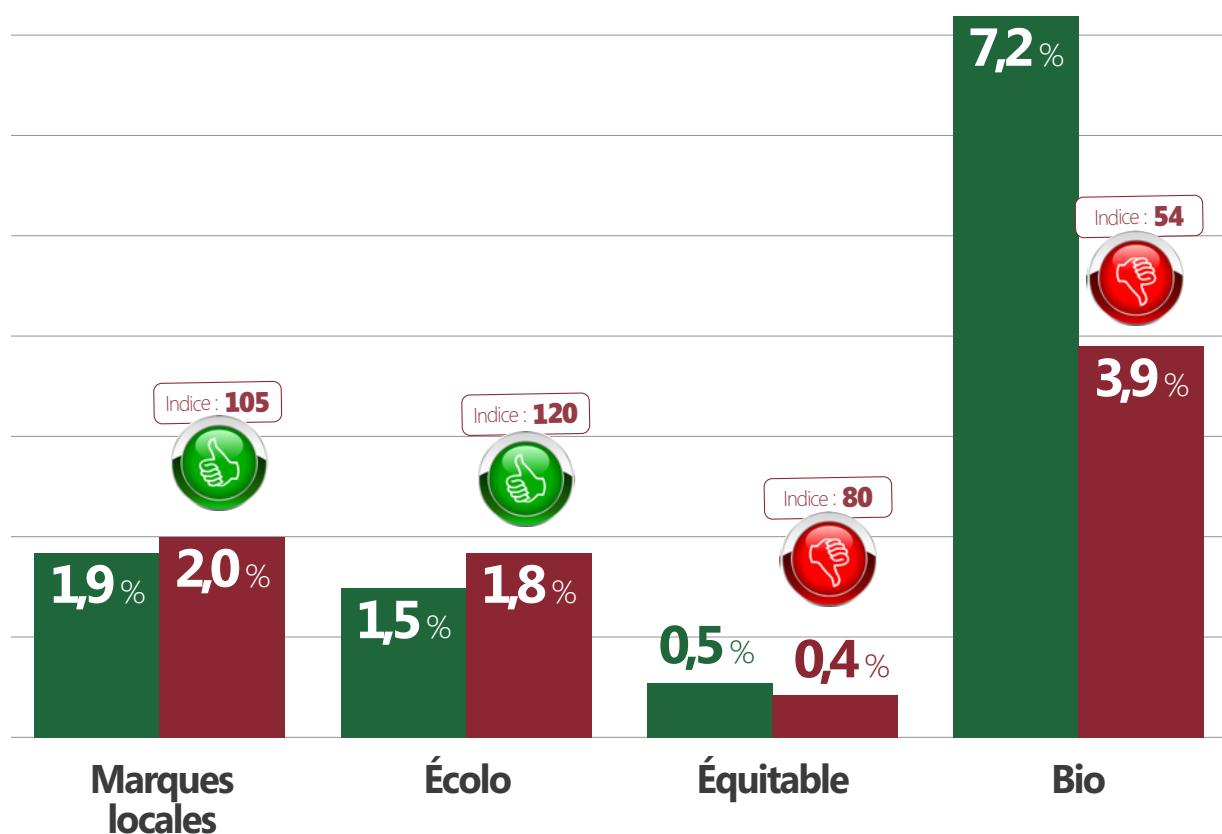
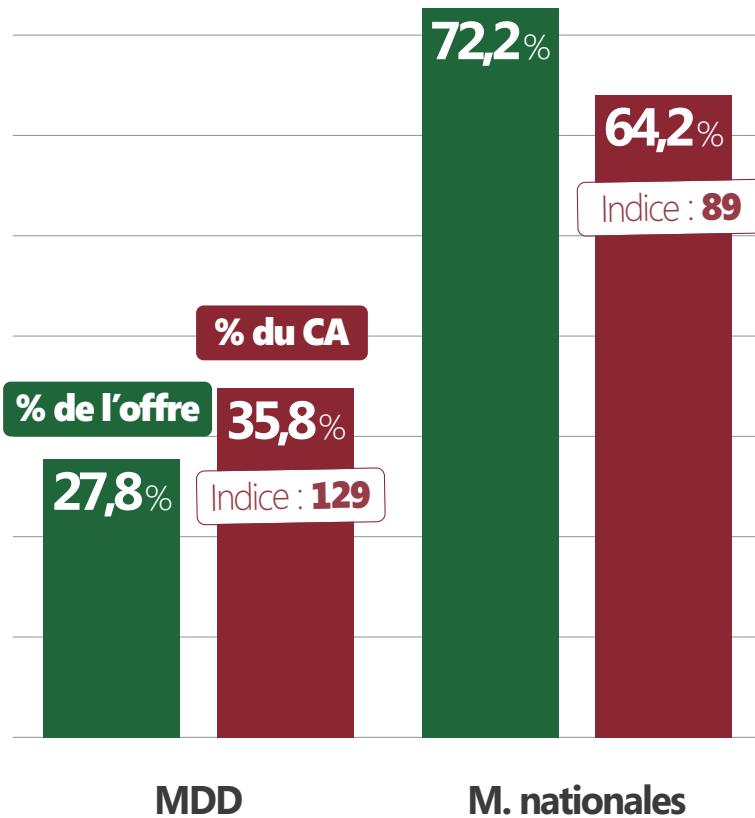
LA PRODUCTIVITÉ EN RAYONS

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

2024, tous circuits

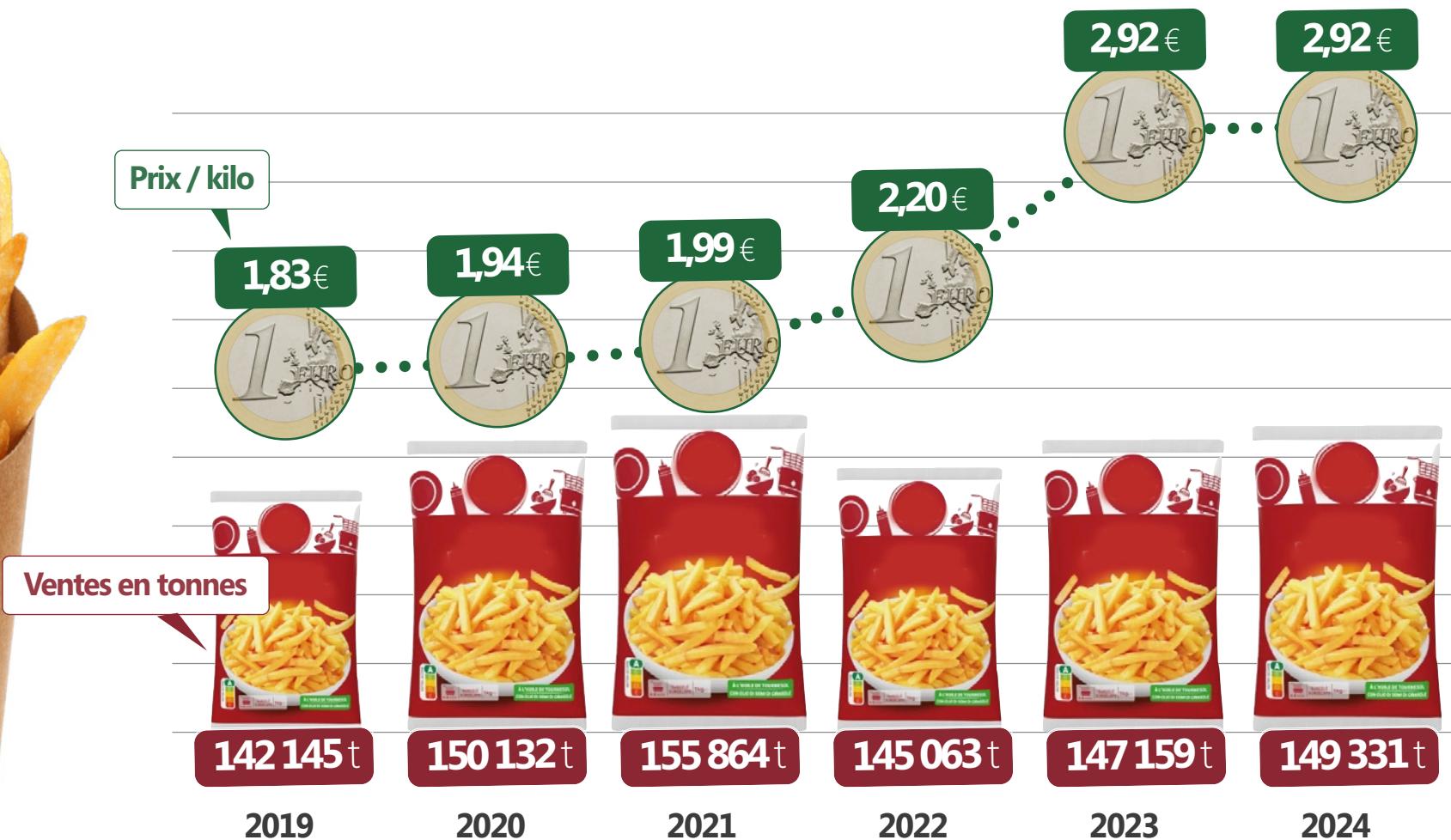
> Les MDD sur-performent les MN...

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



LES VENTES DE FRITES SURGELÉES DEPUIS 2019

> Tous circuits GMS



 Circana

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



5,09 F



0,78 €



5,8

packs
en 1h de Smic



En 1 h de SMIC



0,99 €

+ 27 %

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 22/01



9,5

packs
en 1h de Smic

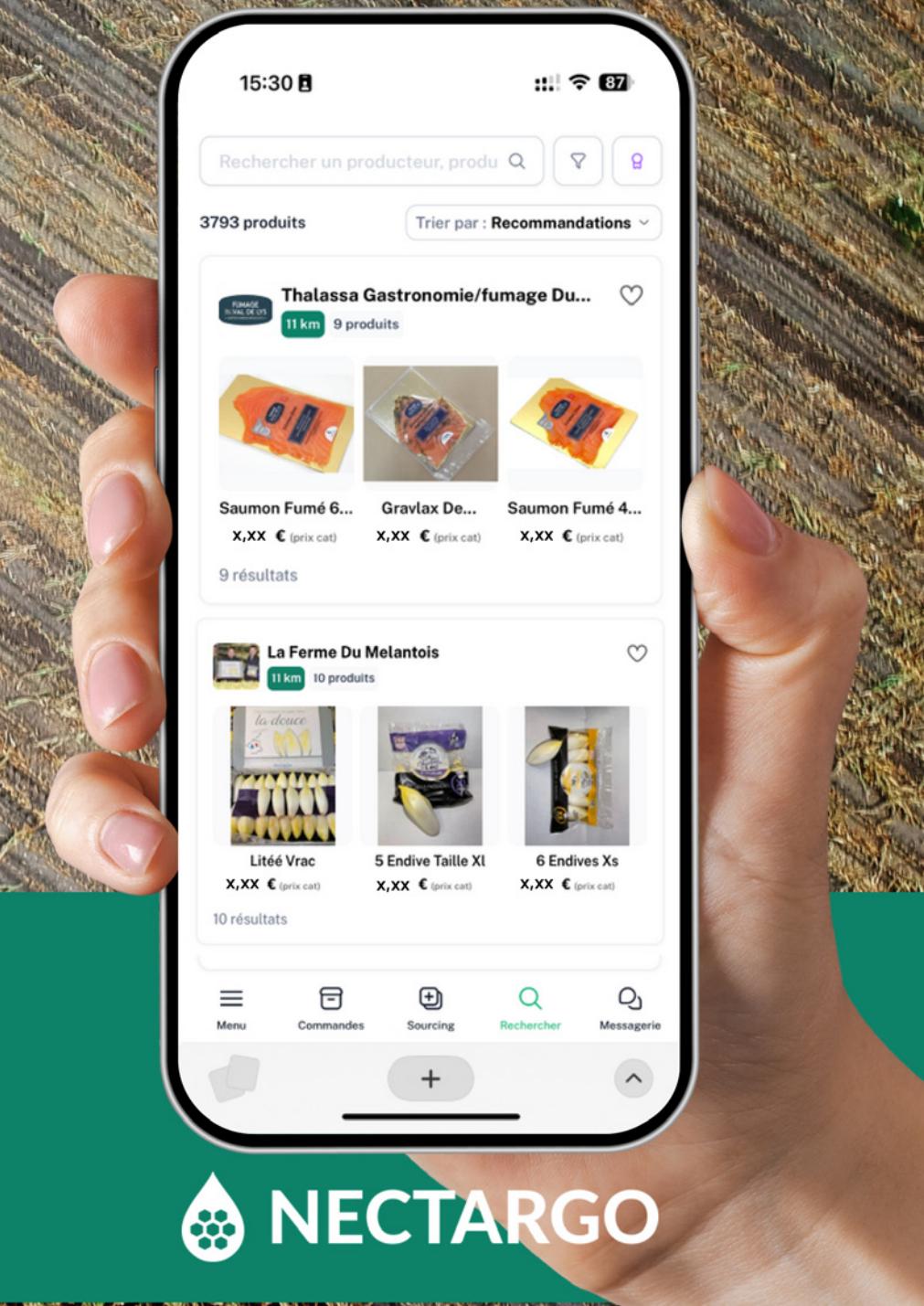
15 000

agriculteurs locaux
désormais accessibles,
partout en France 

Nous sommes fièr(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



1,93 €

+ 34 %



4,9

camemberts
en 1h de Smic

En 1 h de SMIC

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 22/01

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

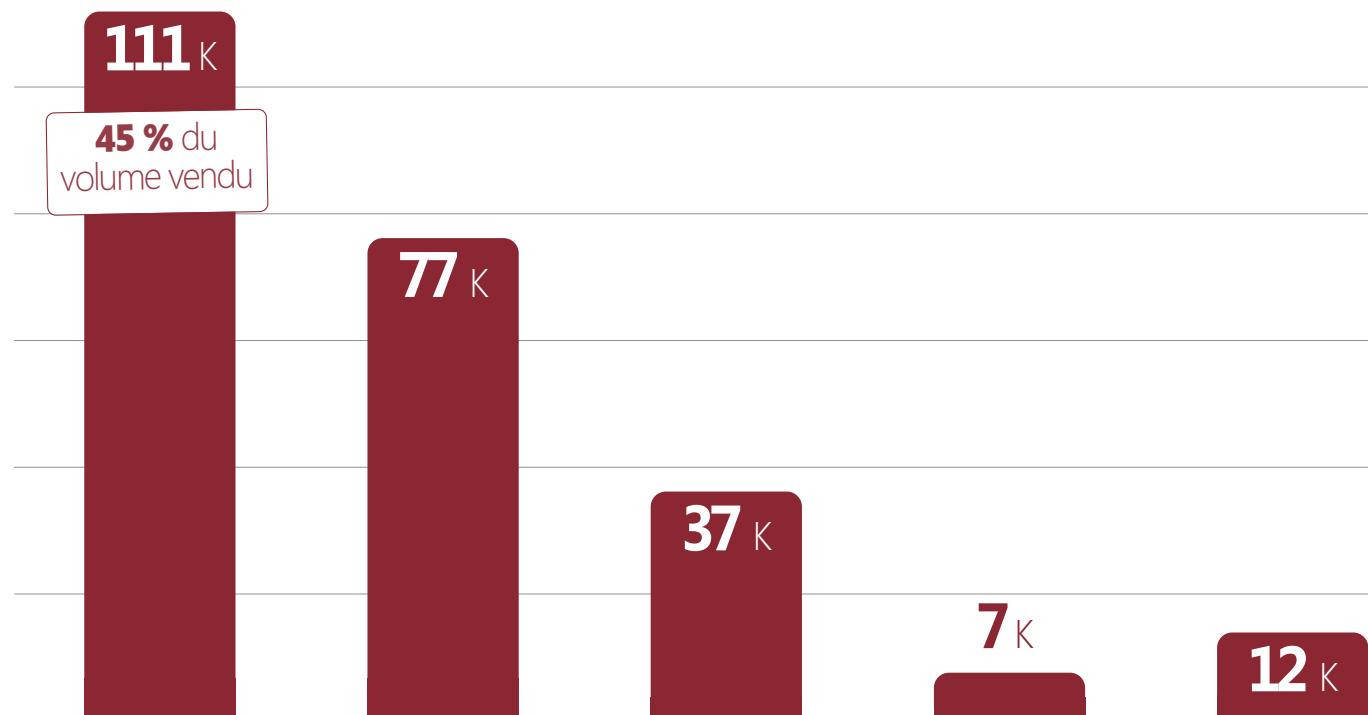


245 000
produits vendus
(dans 1 000 magasins)

530 travailleurs en situation de handicap



> Nombre de produits vendus par enseigne en 2024



Intermarché

Auchan

Carrefour

E.Leclerc

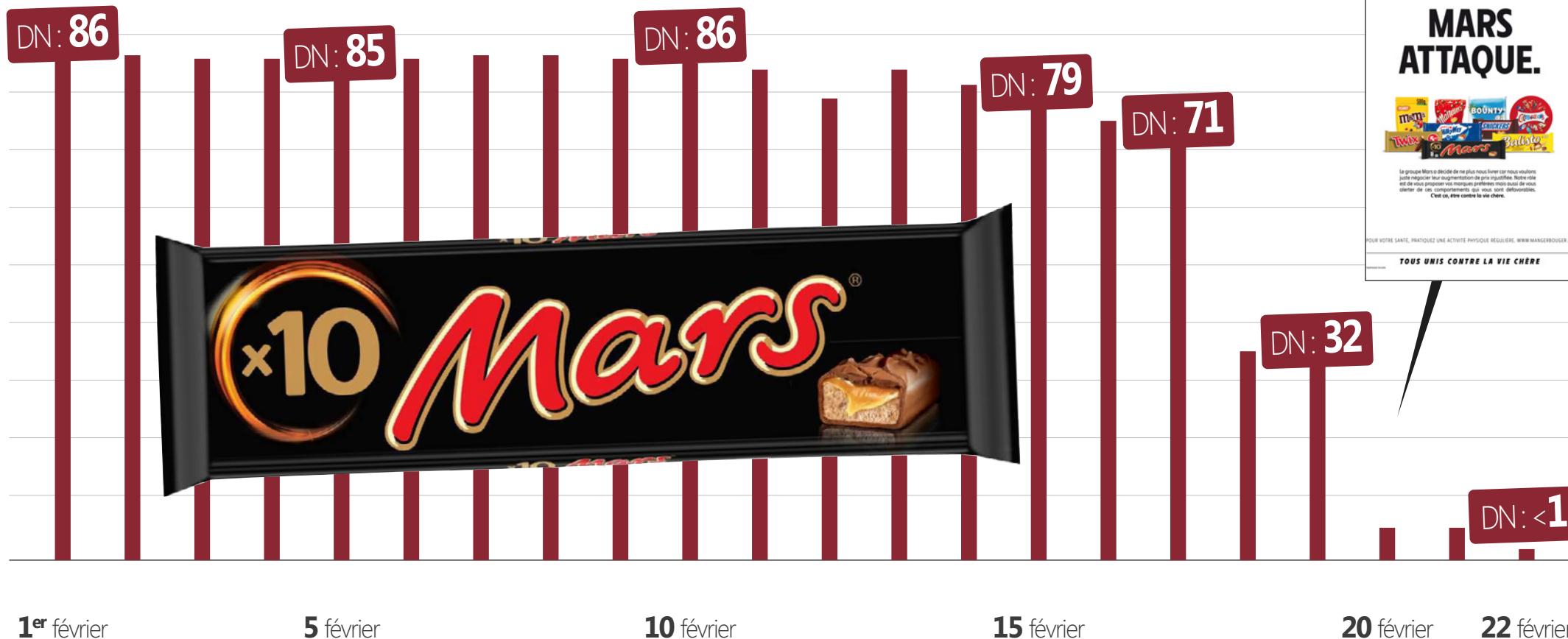
Autres



LA DIFFUSION DES BARRES MARS (X 10) CHEZ INTERMARCHÉ

a3distrib
by NielsenIQ

relevé en drives, % de sites détenteur



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

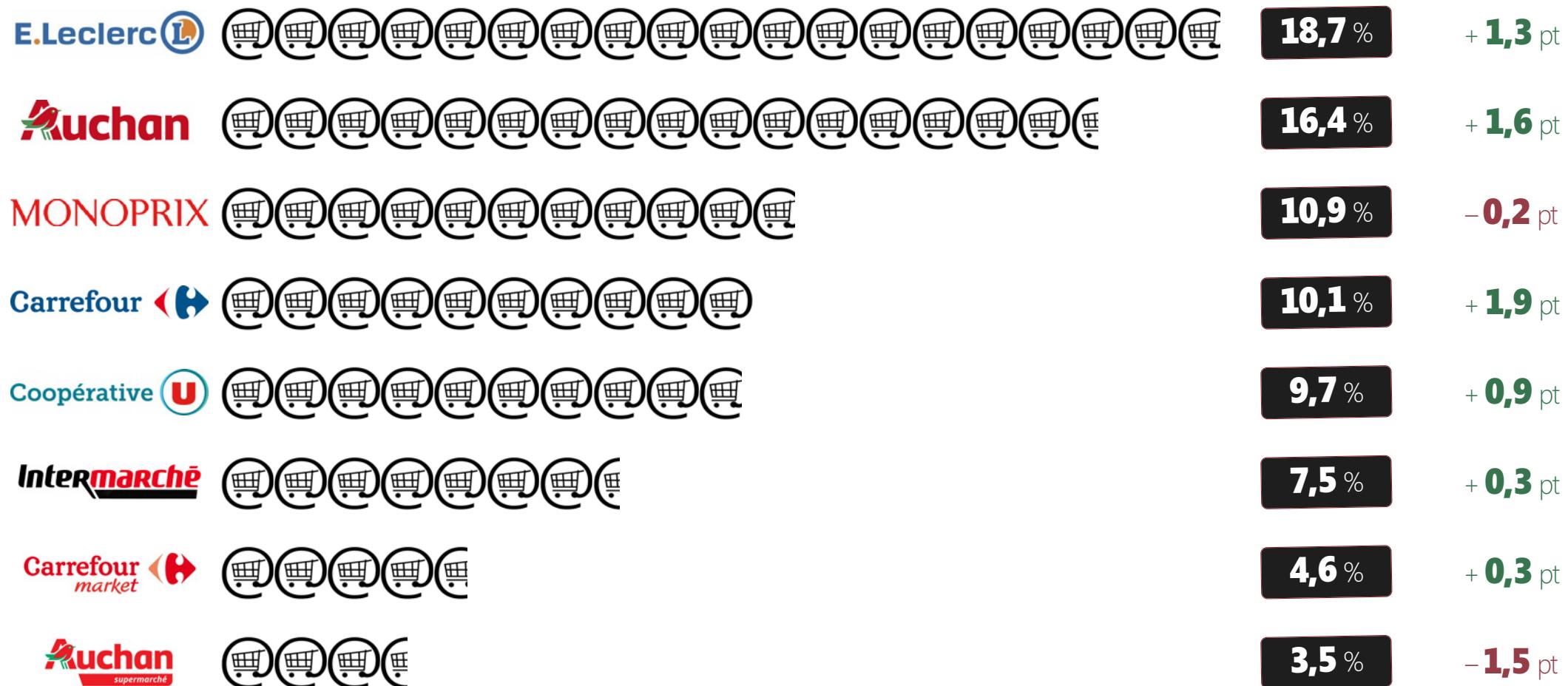
26
33

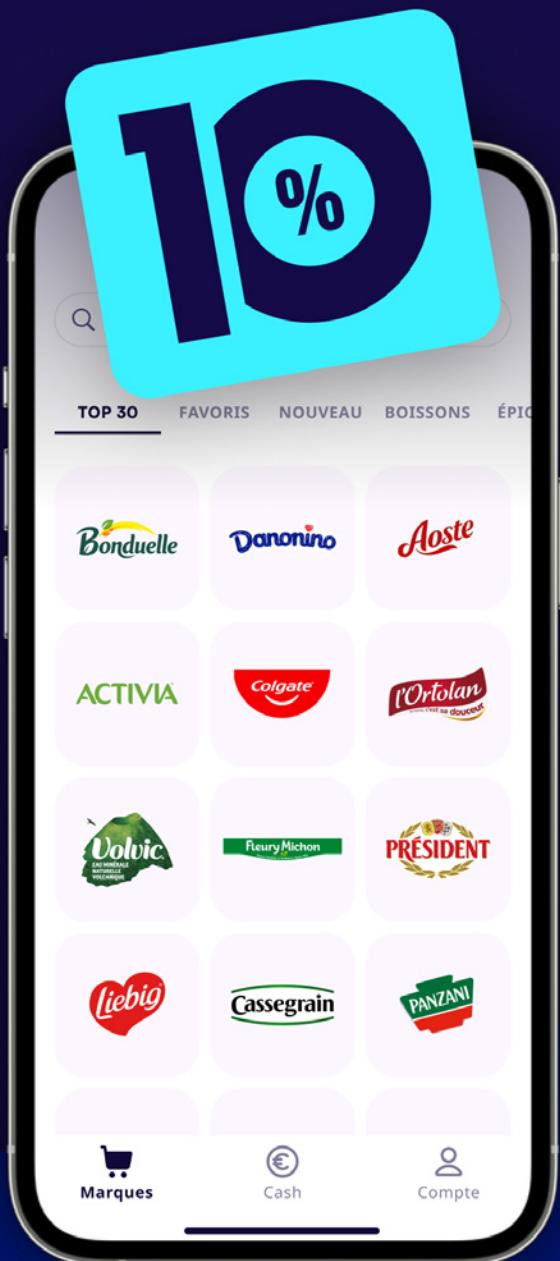
enseignes **augmentent**
la générosité avec l'engagement
du client
ont un niveau de **générosité** stable

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

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

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

Actimel

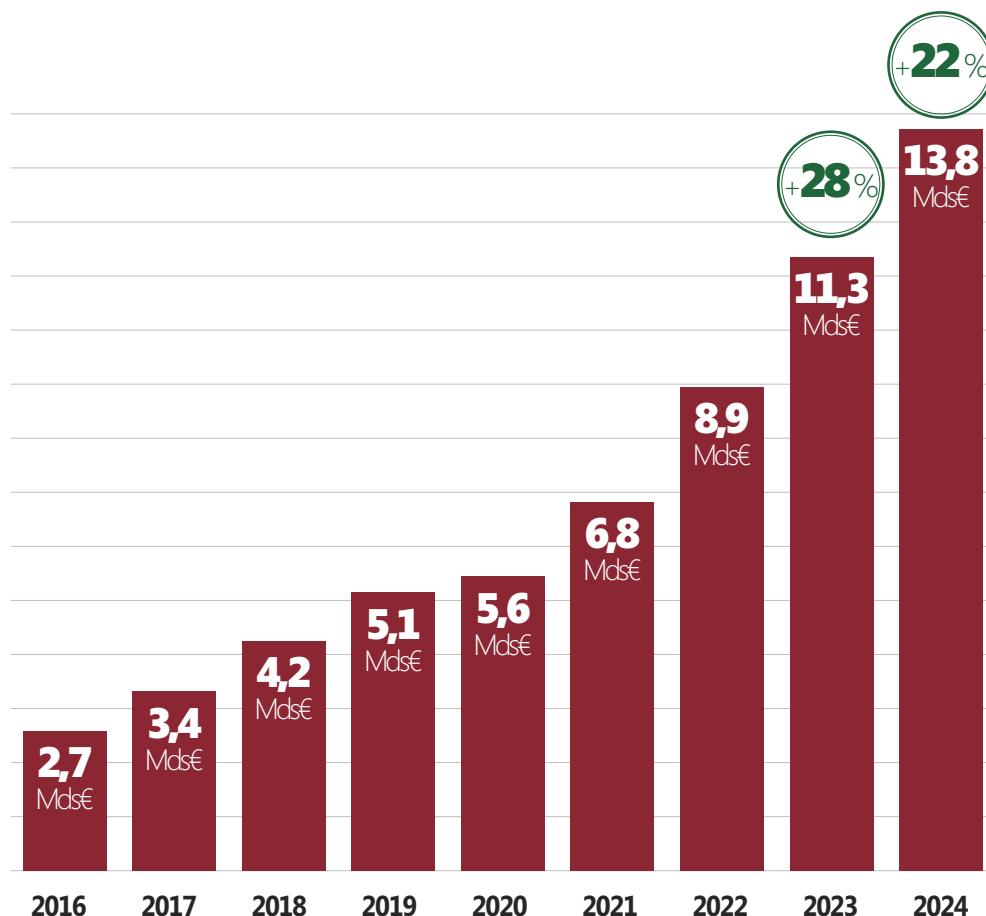


Danette

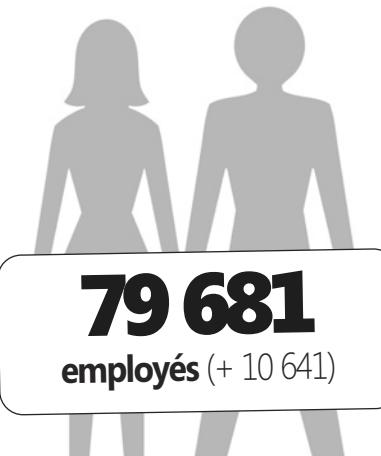


ACTION : LES CHIFFRES-CLÉS 2024

> Chiffre d'affaires (tous pays)



352 Le nombre d'ouvertures



2 918
Le nombre de magasins dans les 12 pays d'Action

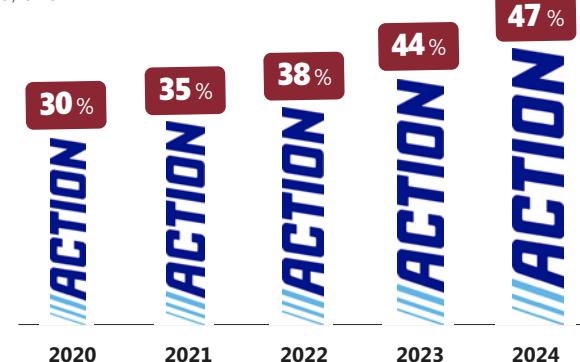


La croissance du CA à magasins comparables (like for like) **+10%**



Taux de pénétration en France

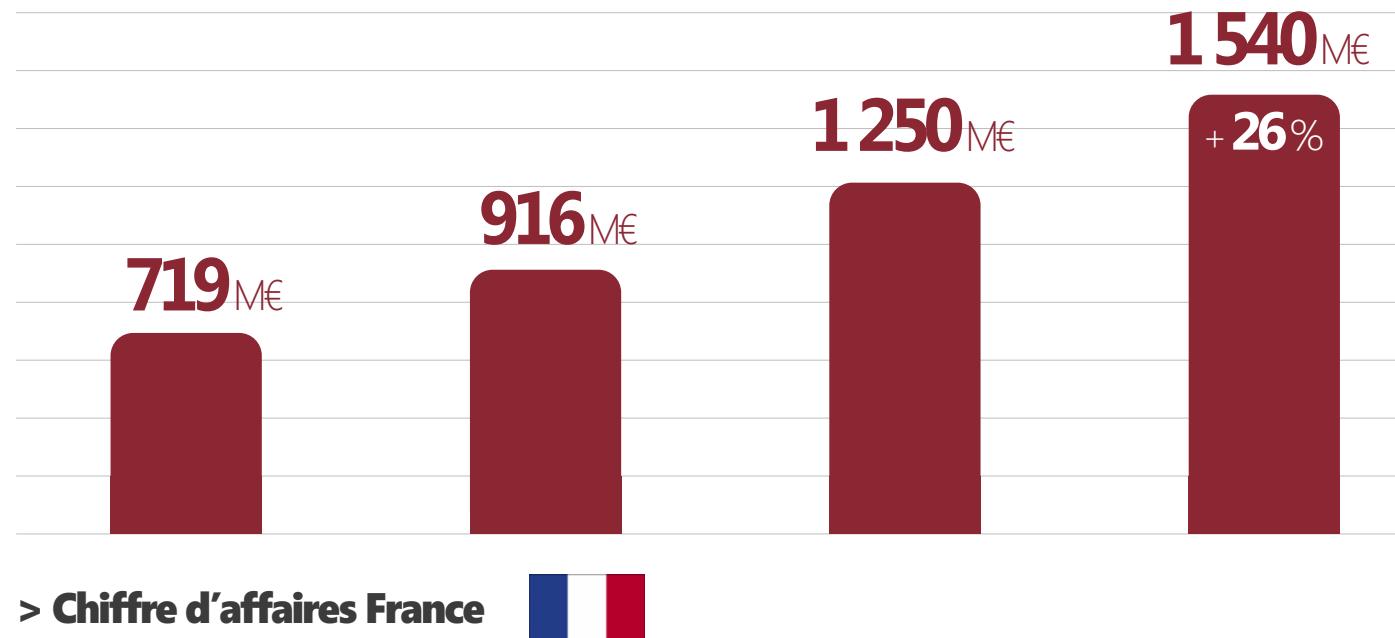
PGC / en CAM P11



PICNIC : LES CHIFFRES-CLÉS



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



> Chiffre d'affaires France

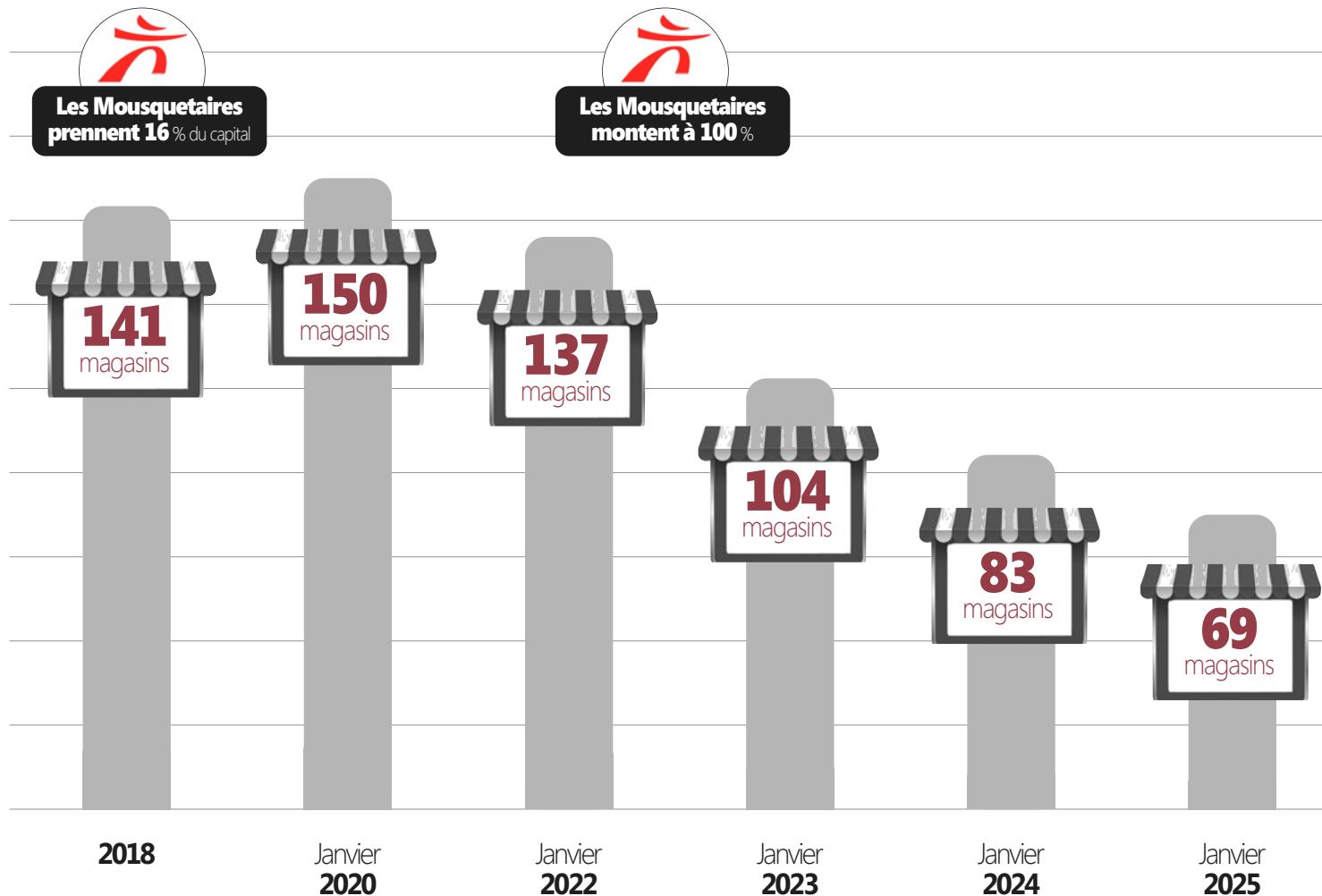


LE COURS DE L'ACTION CASINO EN BOURSE

en € par action



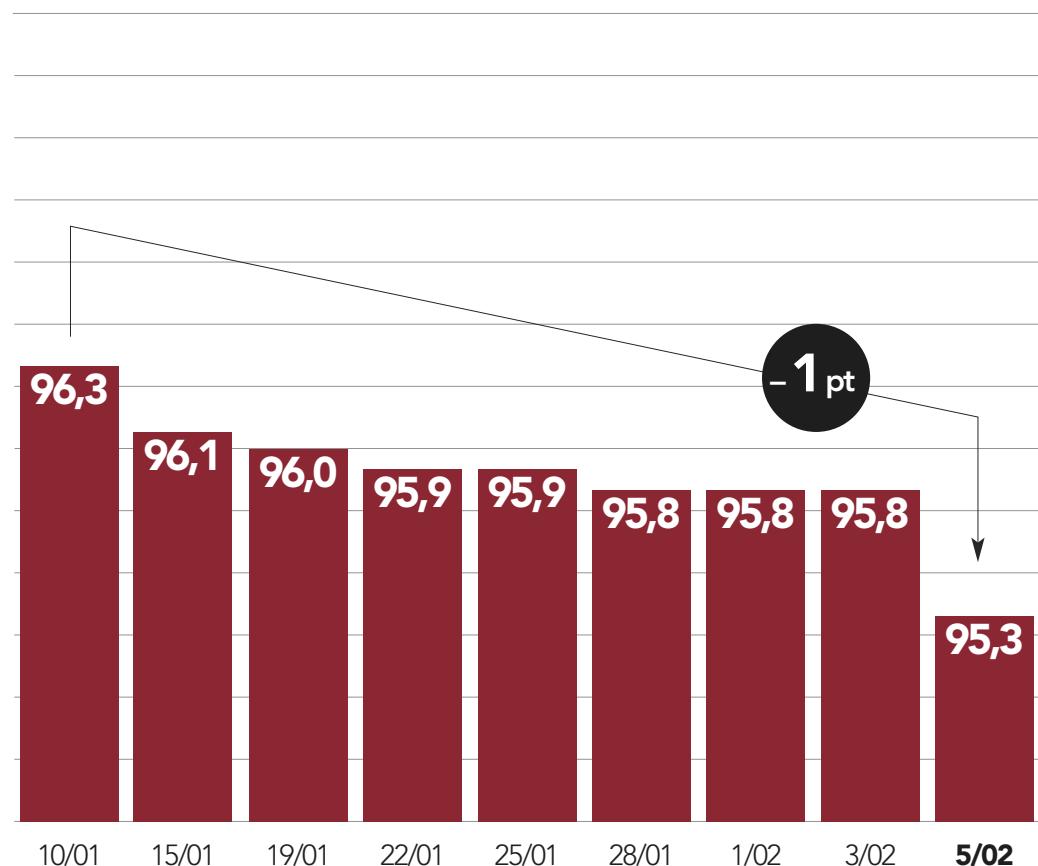
COMPTOIRS DE LA BIO : L'ÉVOLUTION DU PARC



ÉVOLUTION DE L'INDICE PRIX INTERMARCHÉ

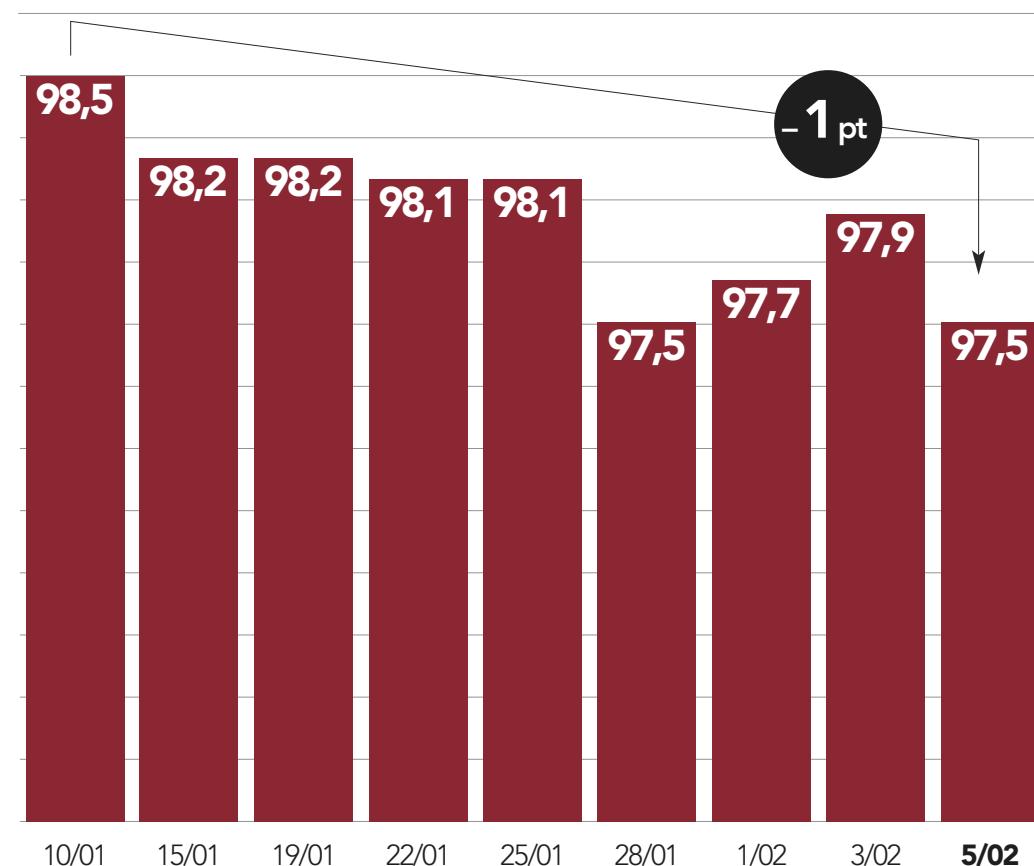
Indice DISTRI PRIX

Intermarché
HYPER



a3distrib
by NielsenIQ

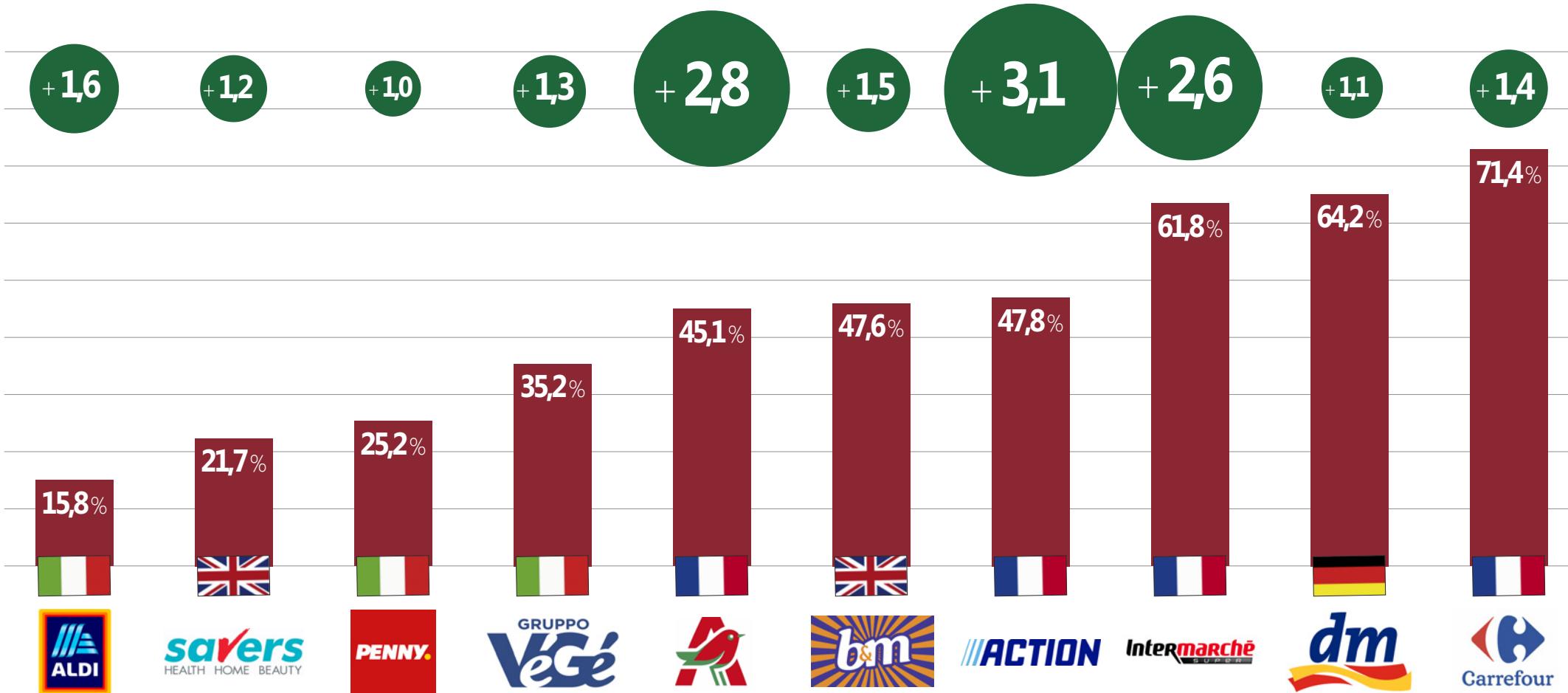
Intermarché
SUPER



LES ENSEIGNES QUI ONT GAGNÉ LE + DE CLIENTS EN 2024

NielsenIQ

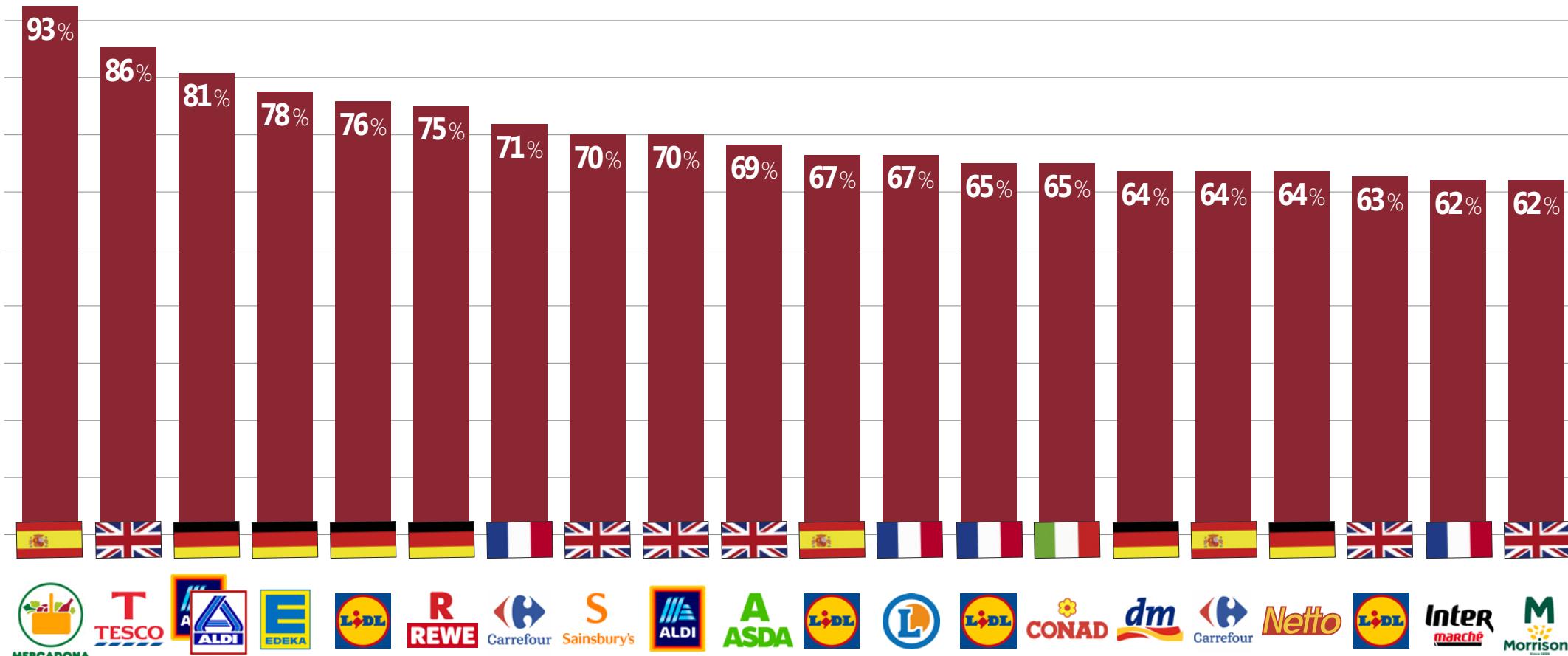
> Taux de pénétration et évolution (en point) / CAM 2024



TAILLE DE CLIENTÈLE : LES MEILLEURES ENSEIGNES EUROPÉENNES

NielsenIQ

> Taux de pénétration PGC / Frais LS 2024



Olivier Dauvers

Une année à arpenter les magasins, épucher les prospectus et décoder la communication des enseignes.

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

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

~~26€~~ à partir de
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

www.olivierdauvers.fr