

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Mai 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 ;-)

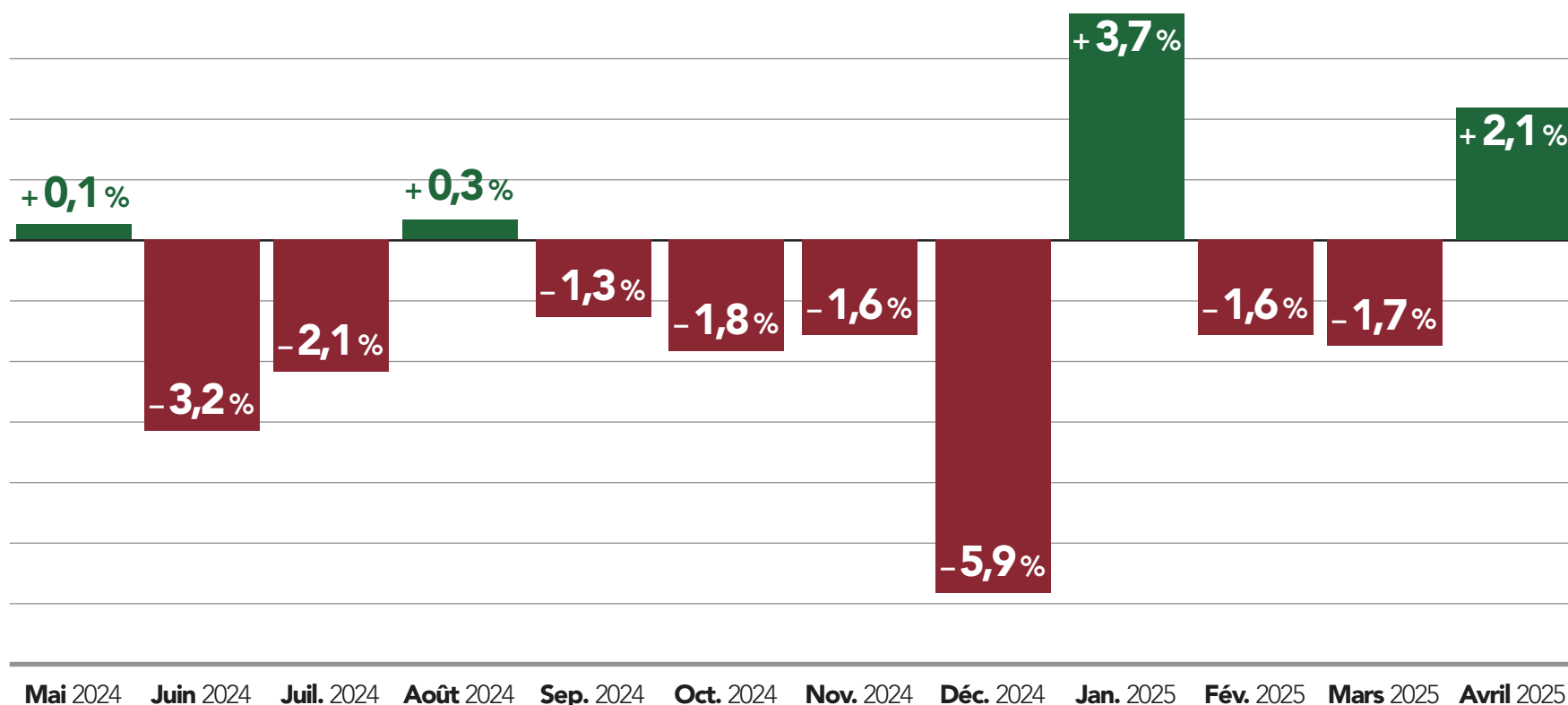
VIGIE GRANDE CONSO



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

+ 0,6%

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

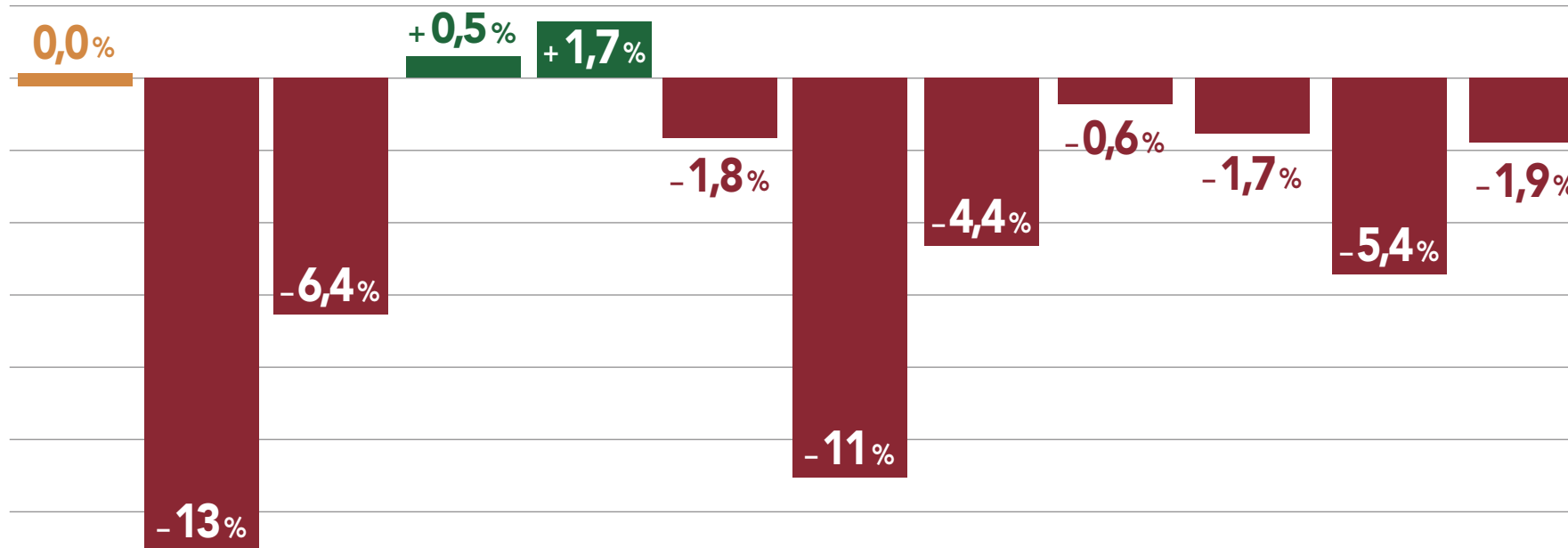
ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



MAISON		-2,9%
JARDIN ANIMALERIE		-0,6%
SPORTS, LOISIRS, JEUX		+12%
CULTURE		+1,3%
TEXTILE		-12%

Divers non-al : + 76 %



CUMUL 2025

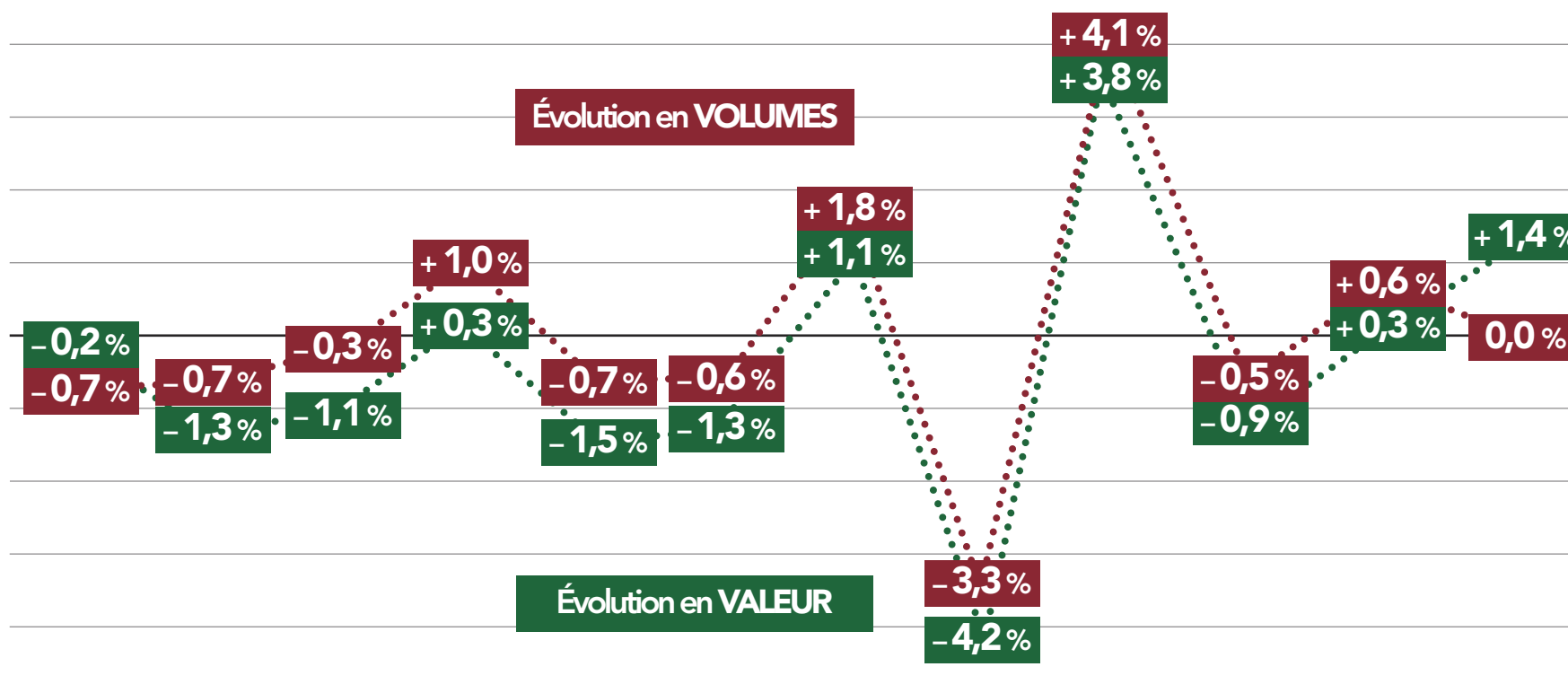
en valeur

-2,2%

Mai 2024 Juin 2024 Juil. 2024 Août 2024 Sept. 2024 Oct. 2024 Nov. 2024 Déc. 2024 Jan. 2025 Fév. 2025 Mars 2025 Avril 2025

ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2025

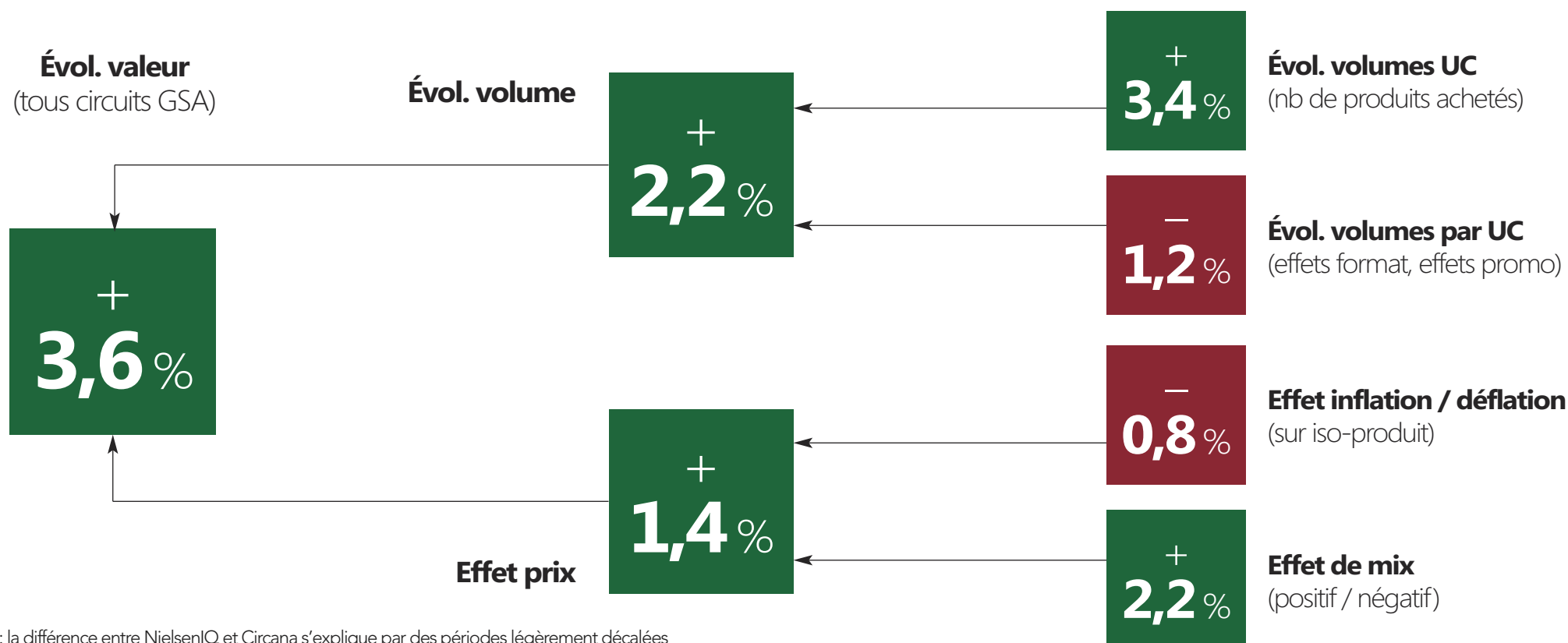
en volumes
+ 1,1 %

en valeur
+ 1,1 %

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

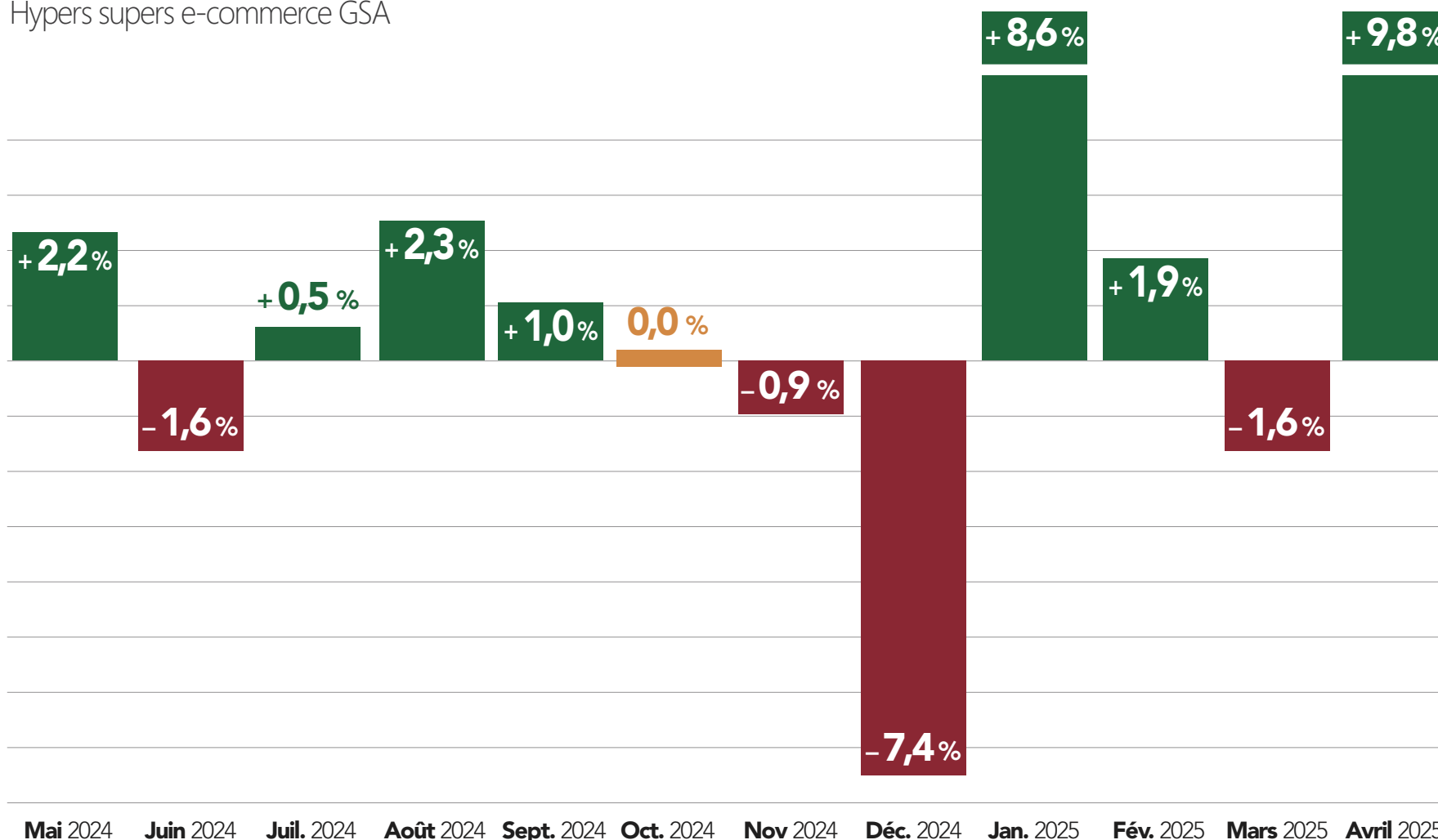
Sur un mois / P4 2025, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

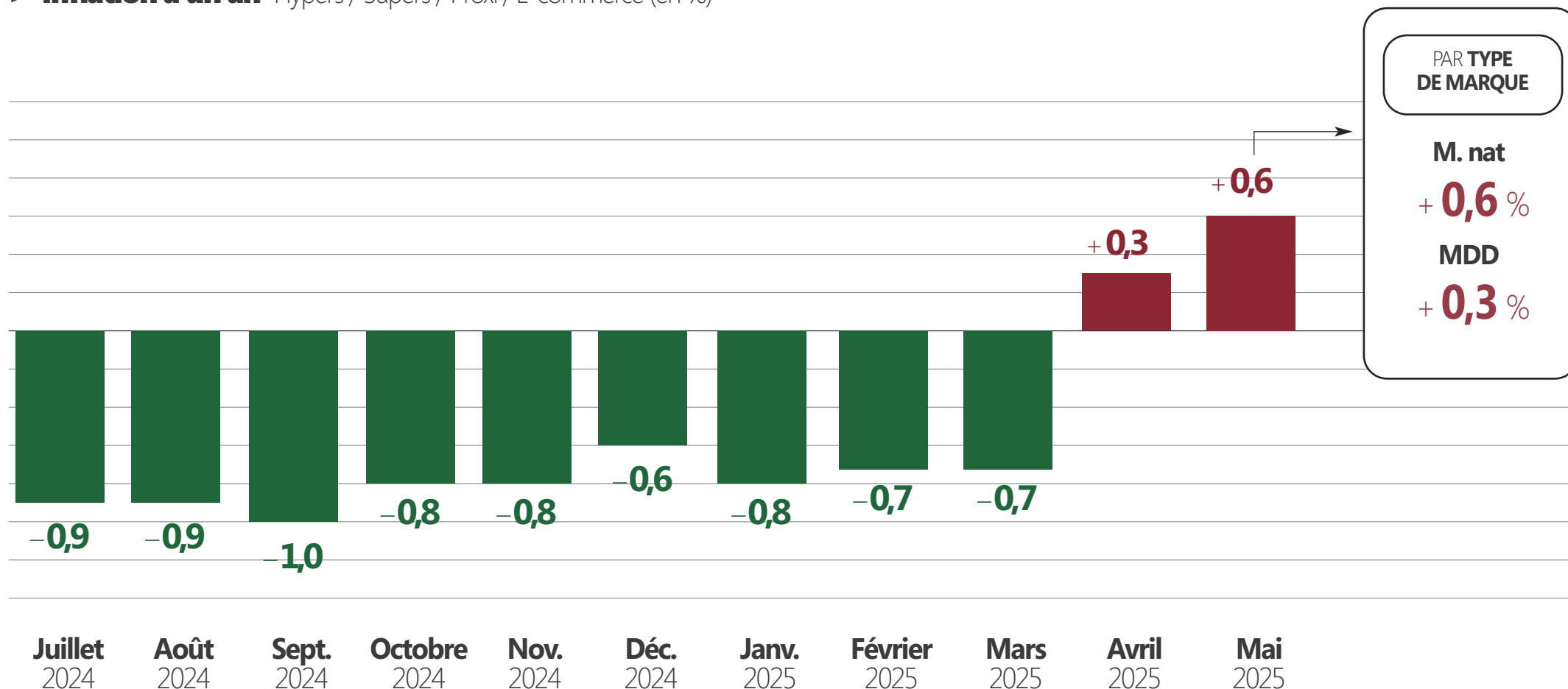
en valeur

+ 4,4%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



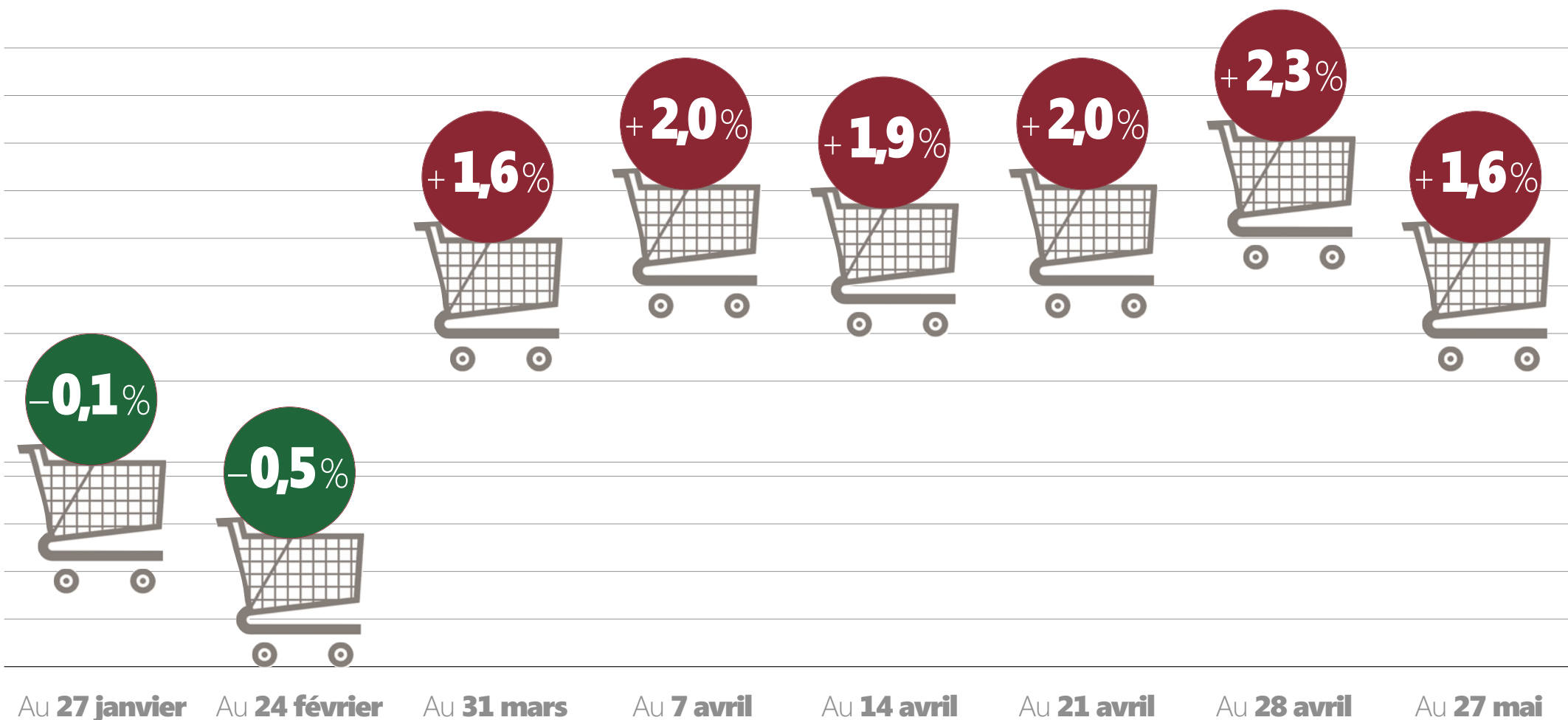
> **Inflation à un an** Hypers / Supers / Proxi / E-commerce (en %)



L'INFLATION 2025 D'UN PANIER DE 150 "STARS" DE L'ALIMENTAIRE

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevés sur 7 000 drives, **inflation vs 1^{er} janvier 2025** sur un panier de 150 références TOP MARQUES ALIMENTAIRES

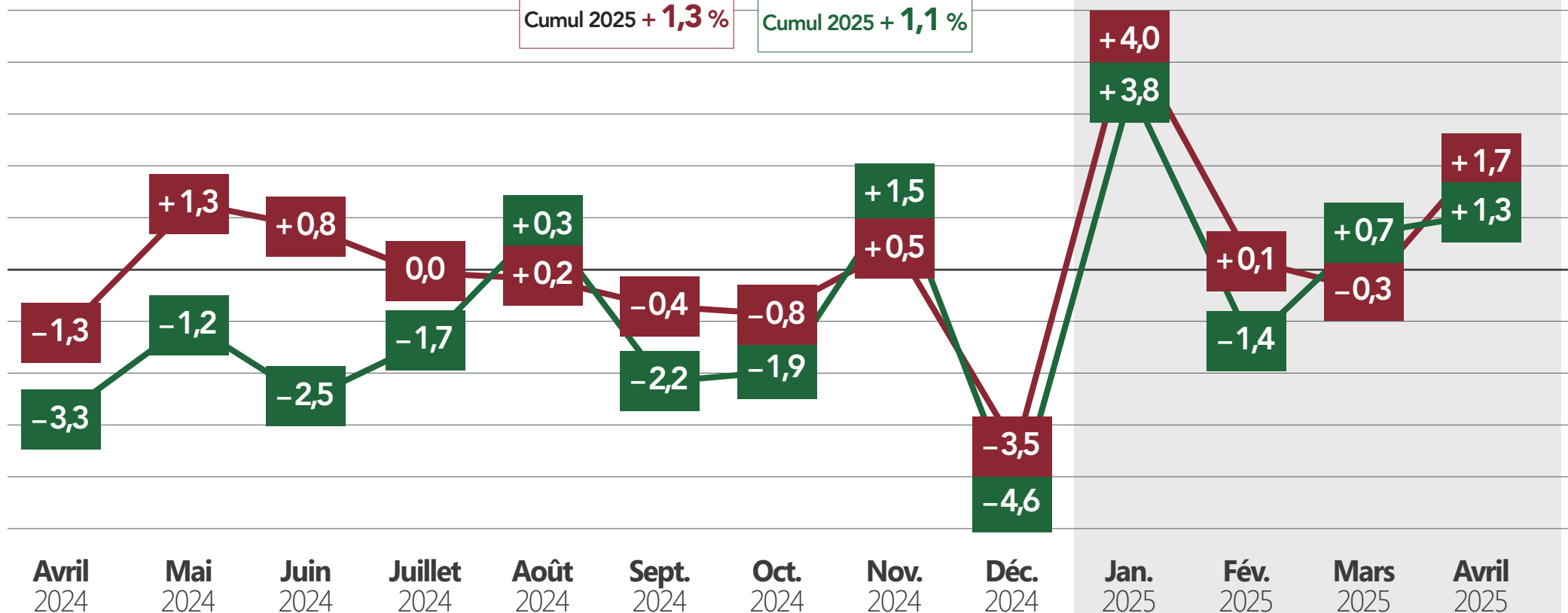


ÉVOLUTION DES VENTES **MDD ET MN** (% VS N-1)

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



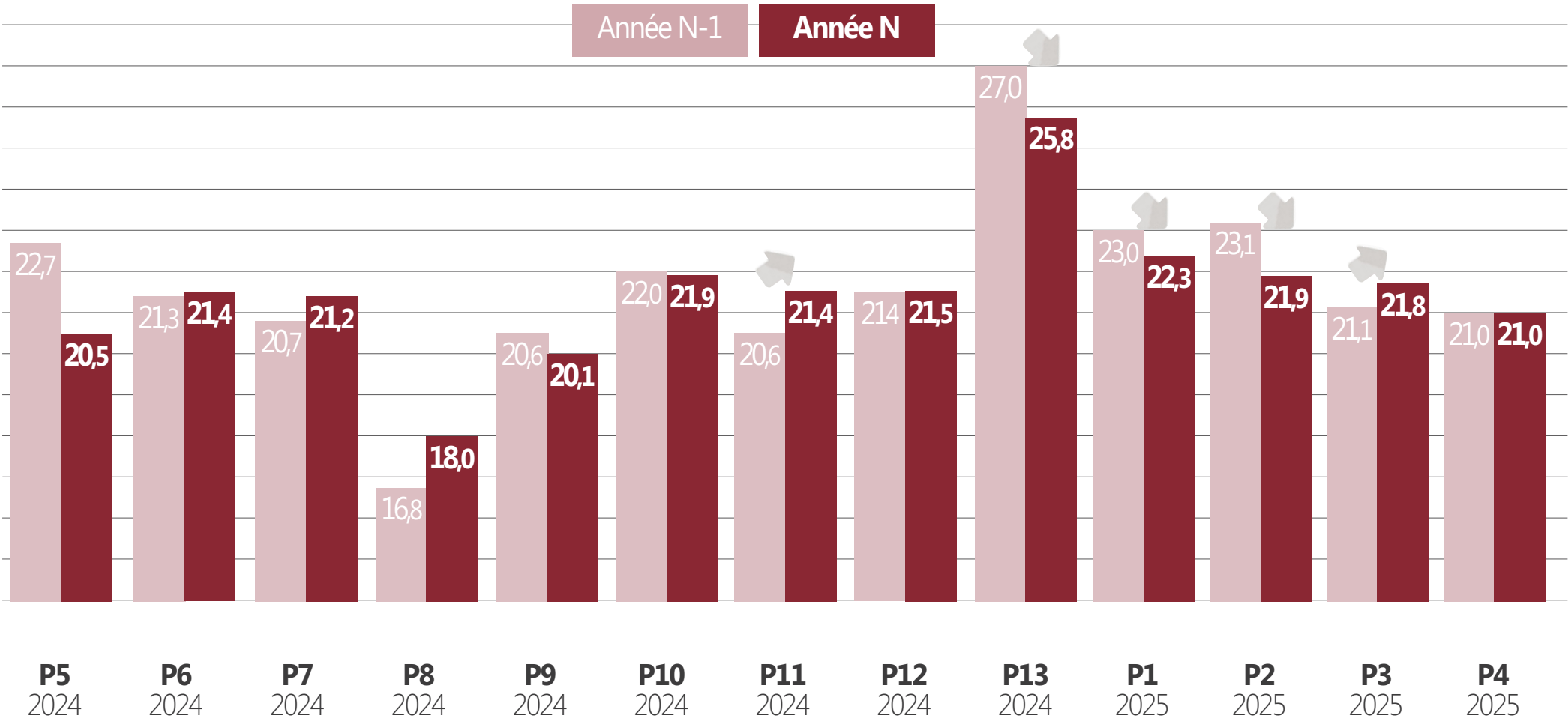
MDD	Marques Nat
Cumul 2025 + 1,3 %	Cumul 2025 + 1,1 %



LES VENTES **SOUS PROMO**

NielsenIQ

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

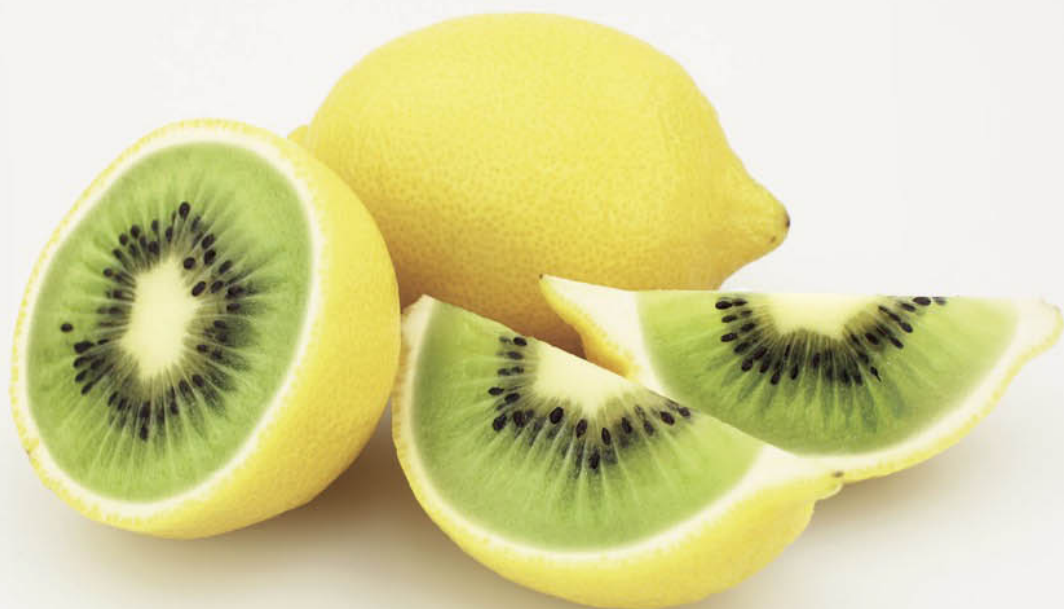




INFINITY
ADVERTISING

**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 / P4 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

+ 0,3 %

+ 3,9 %

+ 3,1 %

- 1,7 %

+ 9,1 %

+ 7,0 %

+ 5,4 %

+ 7,0 %

nc

Évol
du CA

15,8 %

19,7 %

35,5 %

20,4 %

10,8 %

31,2 %

7,2 %

2,7 %

9,9 %

14,1 %

8,2 %

1,0 %

9,2 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P4 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

- 3,8 %

+ 0,1 %

+ 0,3 %

- 4,0 %

+ 4,5 %

+ 2,5 %

+ 1,1 %

+ 5,7 %

nc

% des
ventes

16,2 %

19,8 %

36,0 %

20,3 %

11,1 %

31,4 %

7,1 %

2,8 %

9,8 %

13,8 %

7,9 %

1,1 %

9,0 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P4 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

0 %

+ 3,6 %

+ 2,9 %

- 1,2 %

+ 9,2 %

+ 6,5 %

+ 3,9 %

+ 6,8 %

nc

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P4 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

– 2,1 %

+ 0,8 %

+ 1,5 %

– 2,8 %

+ 5,2 %

+ 3,4 %

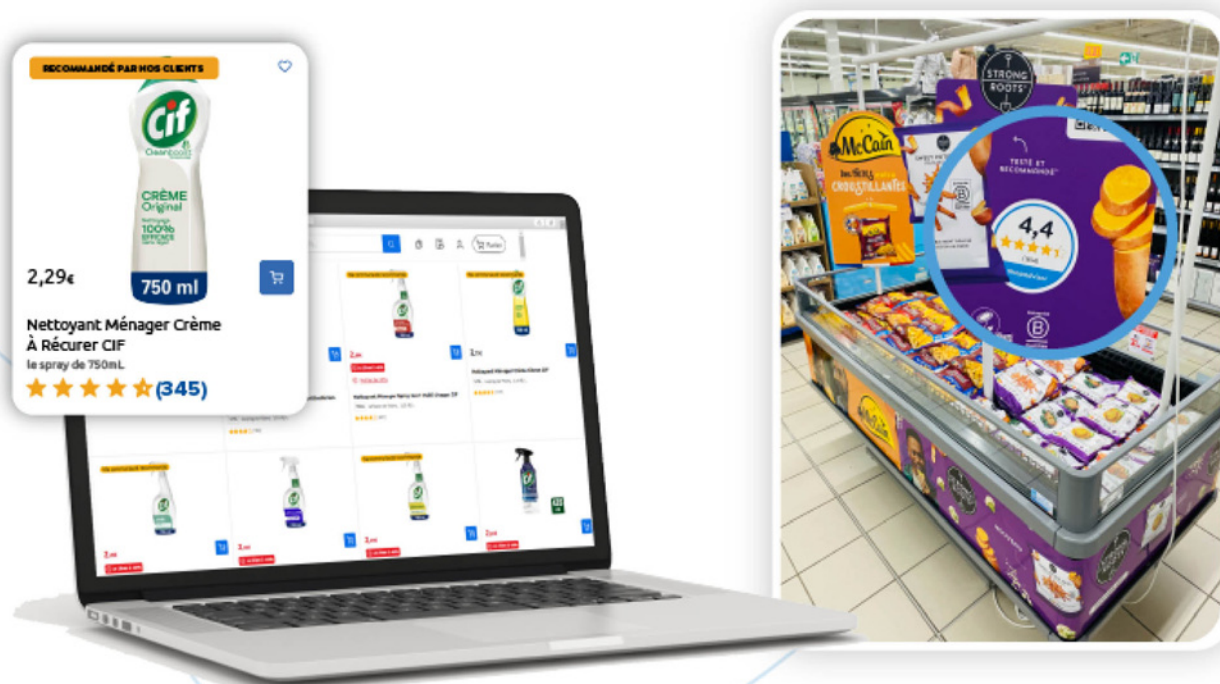
+ 2,1 %

+ 6,8 %

nc

Évol
des
volumes

Vos Notes et Avis au centre de la communication chez Carrefour



E-commerce

Magasins

Catalogues

 **Shopadvisor**
La voix du consommateur

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

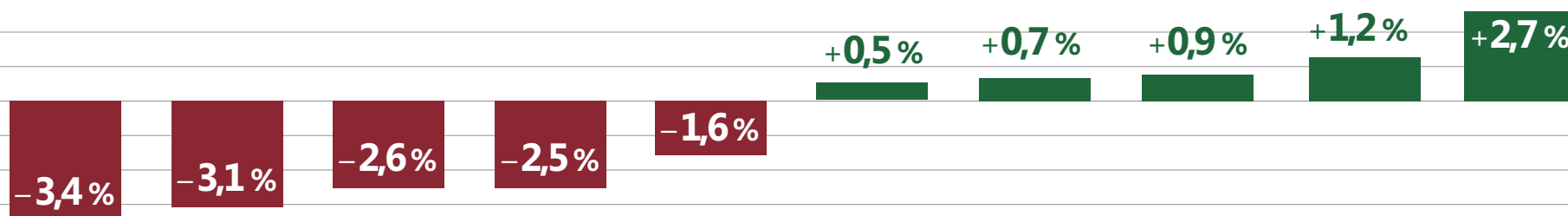
LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES SELON LES RAYONS

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



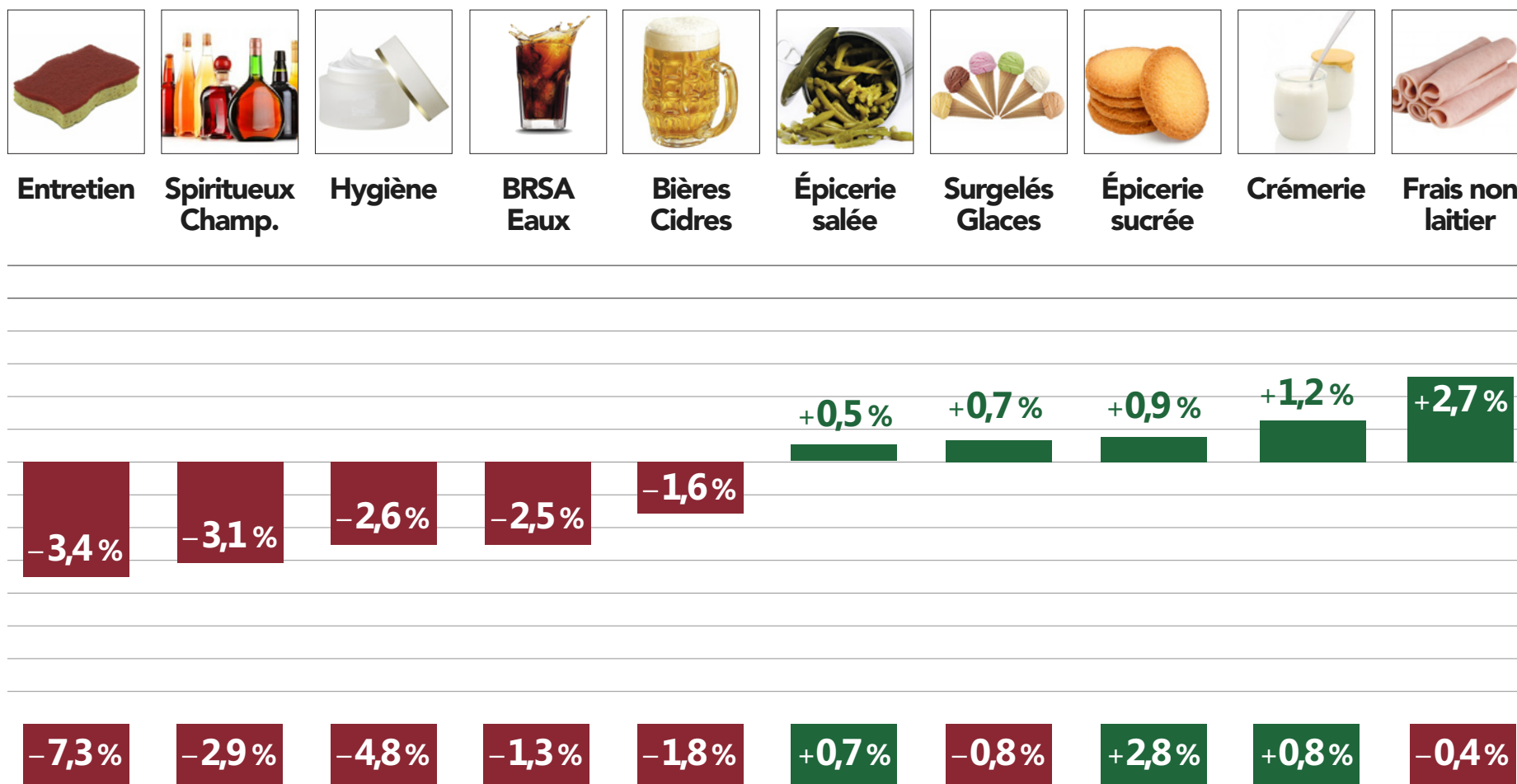
Moyenne PGC FLS
+ 0,1 %



L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



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



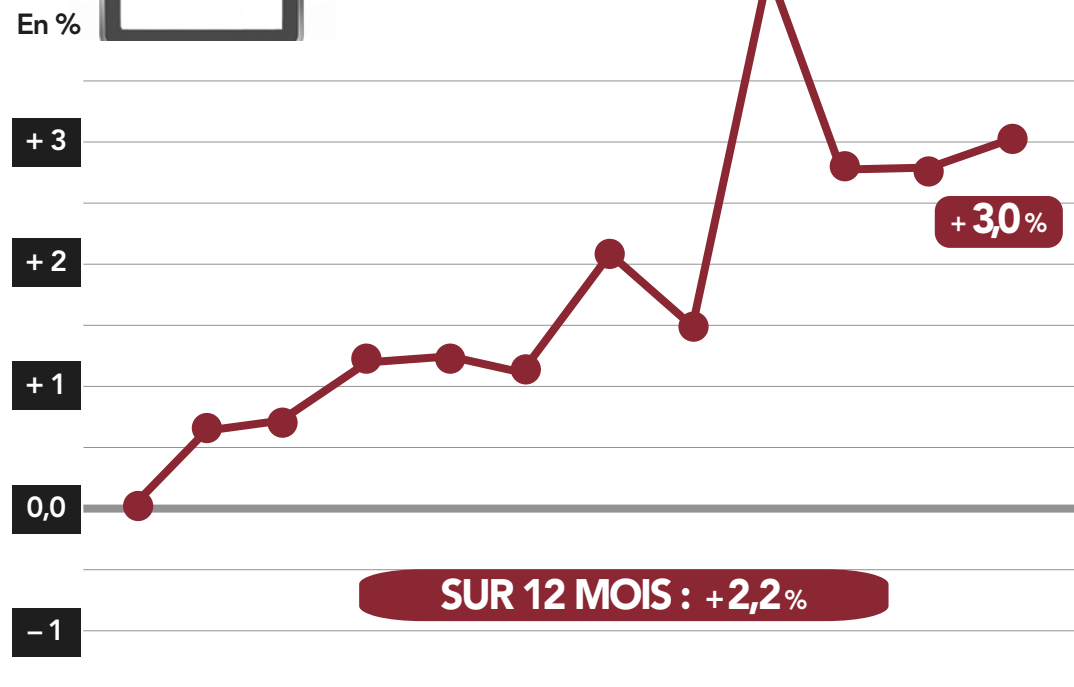
Moyenne PGC FLS
+ 0,1 %

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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



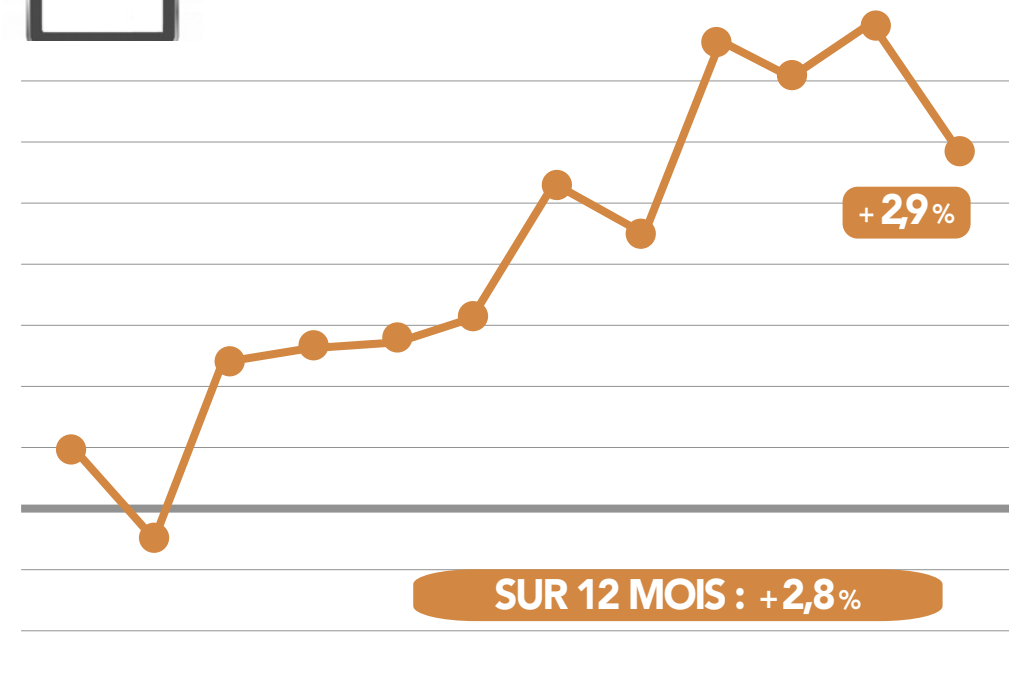
HYPERS



Mai 2024 Juin 2024 Juil. 2024 Août 2024 Sept. 2024 Oct. 2024 Nov. 2024 Déc. 2024 Jan. 2025 Fév. 2025 Mars 2025 Avril 2025



SUPERS



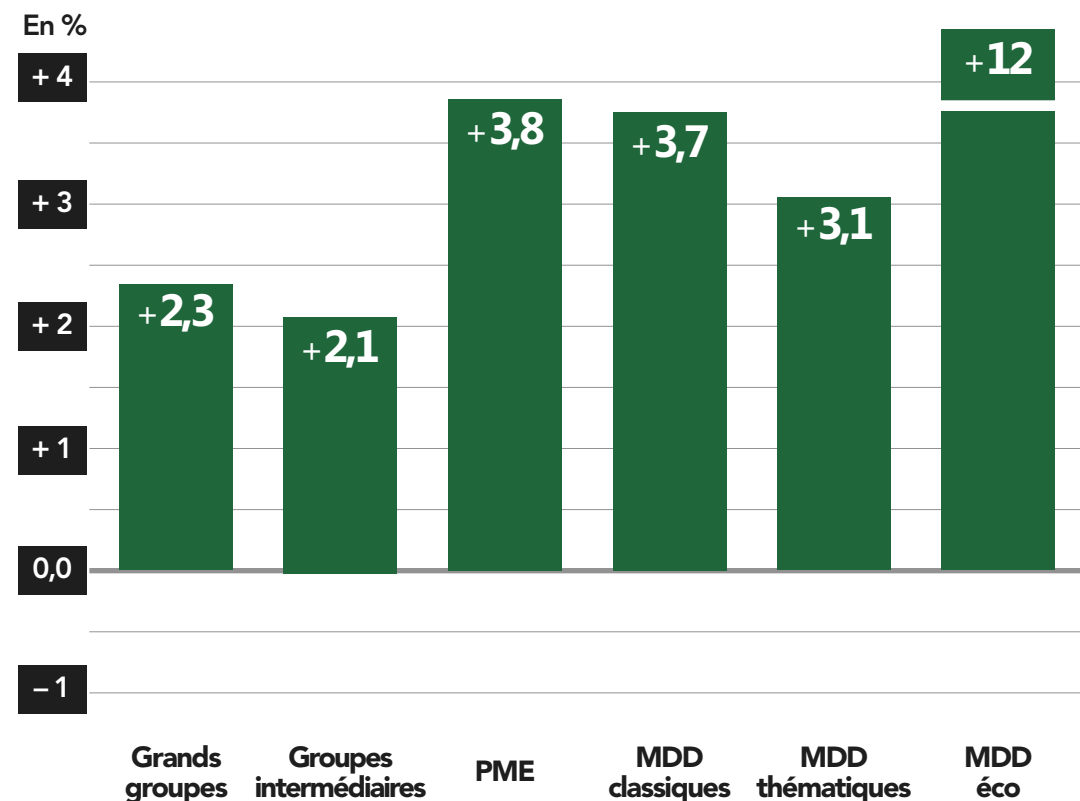
Mai 2024 Juin 2024 Juil. 2024 Août 2024 Sept. 2024 Oct. 2024 Nov. 2024 Déc. 2024 Jan. 2025 Fév. 2025 Mars 2025 Avril 2025

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

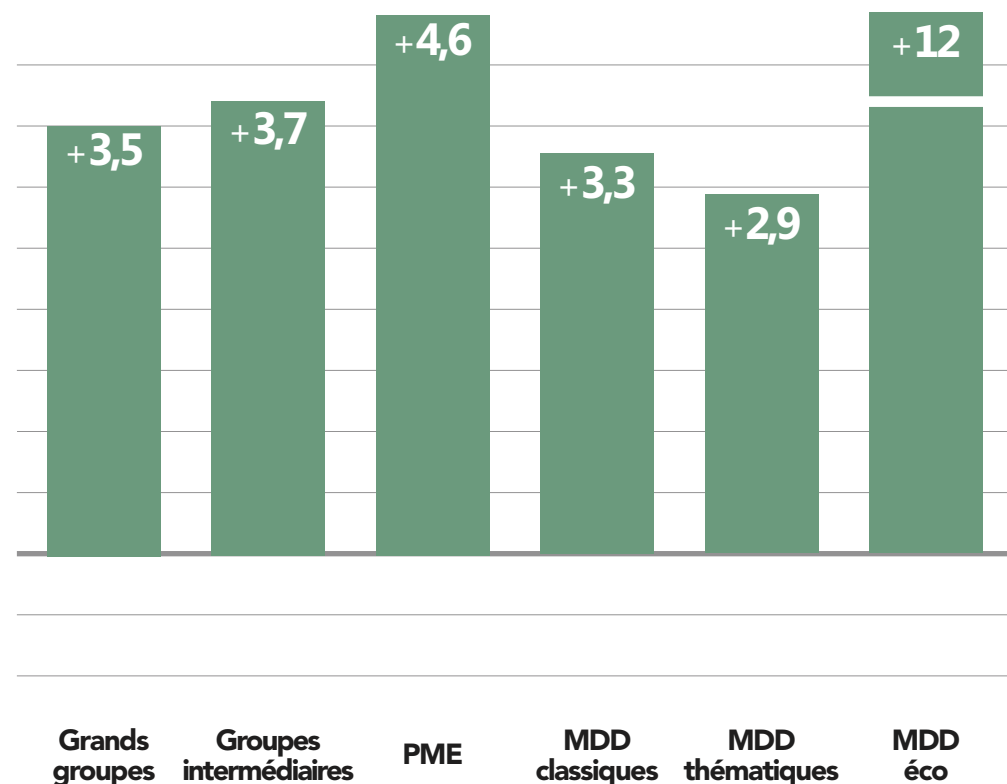


Evol. nombre d'EAN hebdo sur un an / mag – PGC FLS, HM SM, en %

AVRIL 2025



CUMUL JANVIER-AVRIL 2025



PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P4 2025, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HM SM+SDMP+E-commerce+Proxi

MN
64,4 %

MDD
36,4 %

Grands
groupes
46,4 %

ETI
8,8 %

PME
7,4 %

TPE
1,8 %

Standard
29,7 %

Bio
1,8 %

Premium
1,9 %

1^{ers} prix
2,0 %

Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **3,7 %**

+ **2,6 %**

+ **6,4 %**

+ **9,3 %**

+ **2,6 %**

+ **0,9 %**

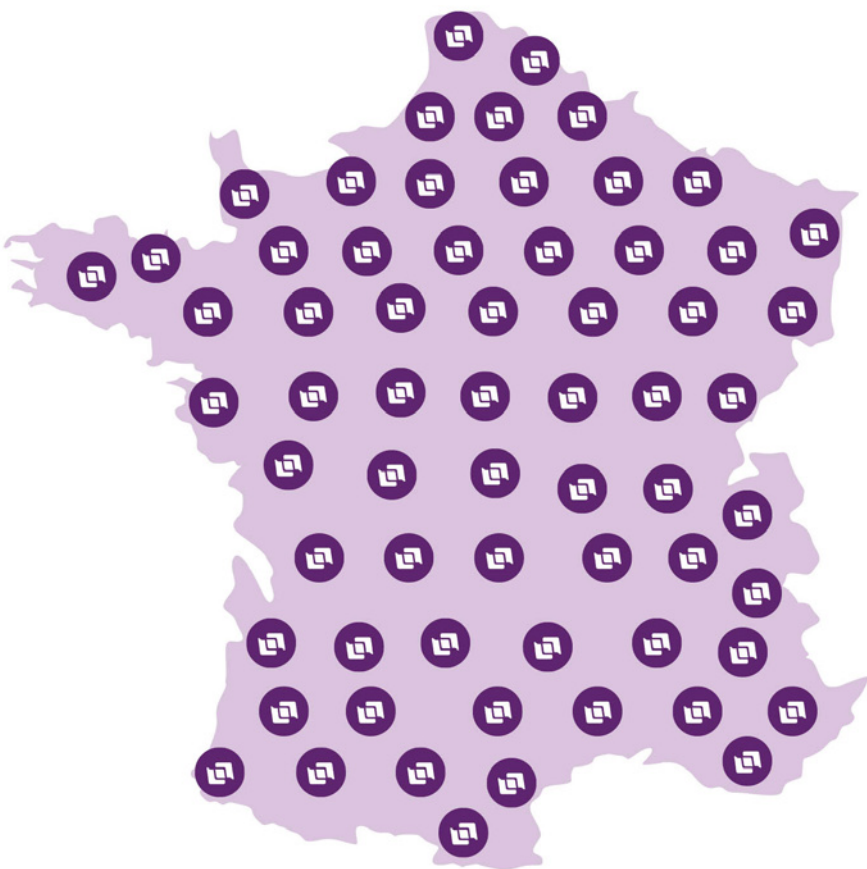
+ **12 %**

+ **2,8 %**

Tut Tut



1 partenaire
tous les 18 km
en France 



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**

LEROYMERLIN

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

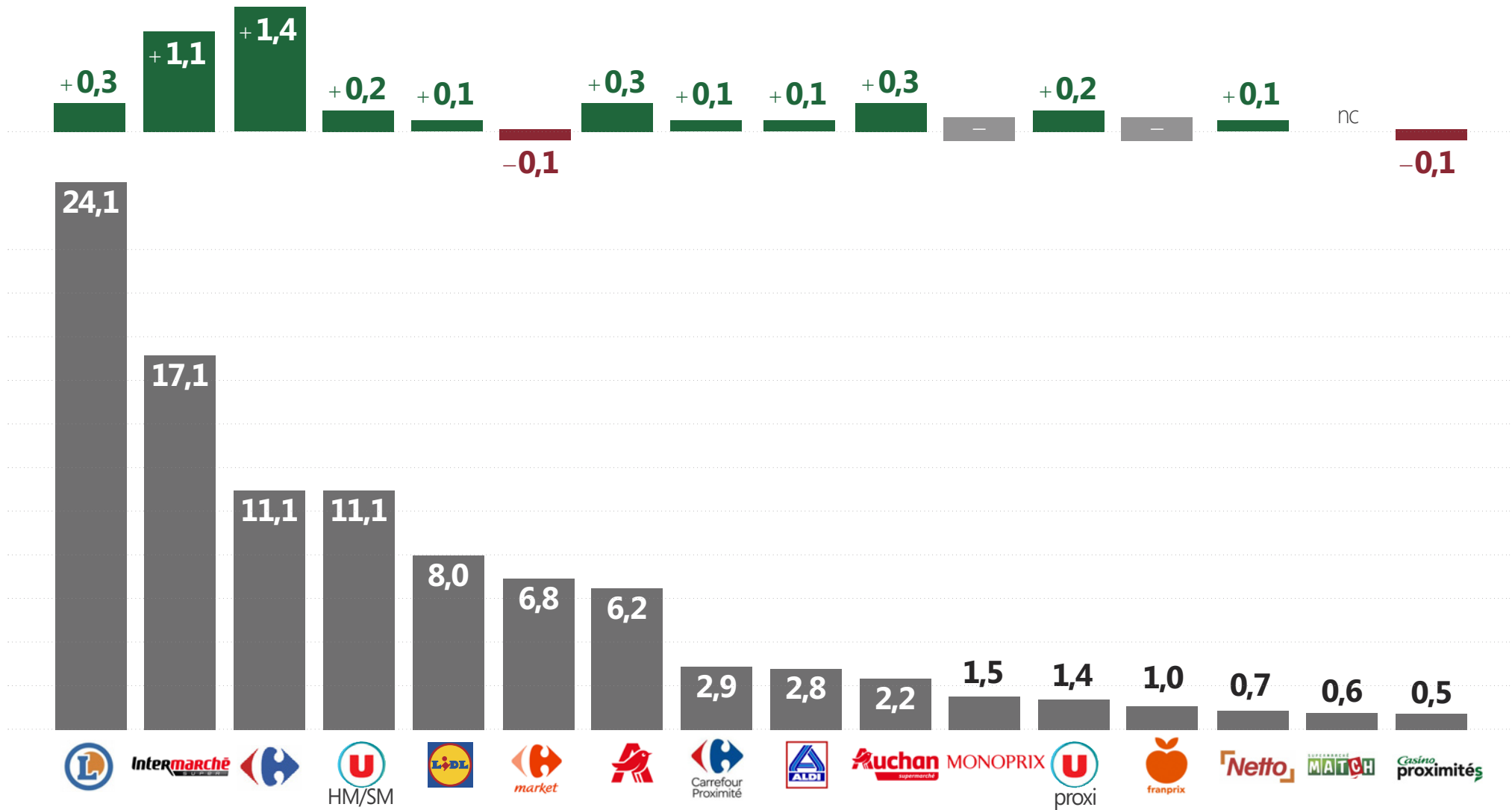
➔ **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PARTS DE MARCHÉ PGC FRAIS LS P4

(Univers : HM, SM, EDMP, proximité, internet "généraliste", en %)
Évolution vs P4 2024

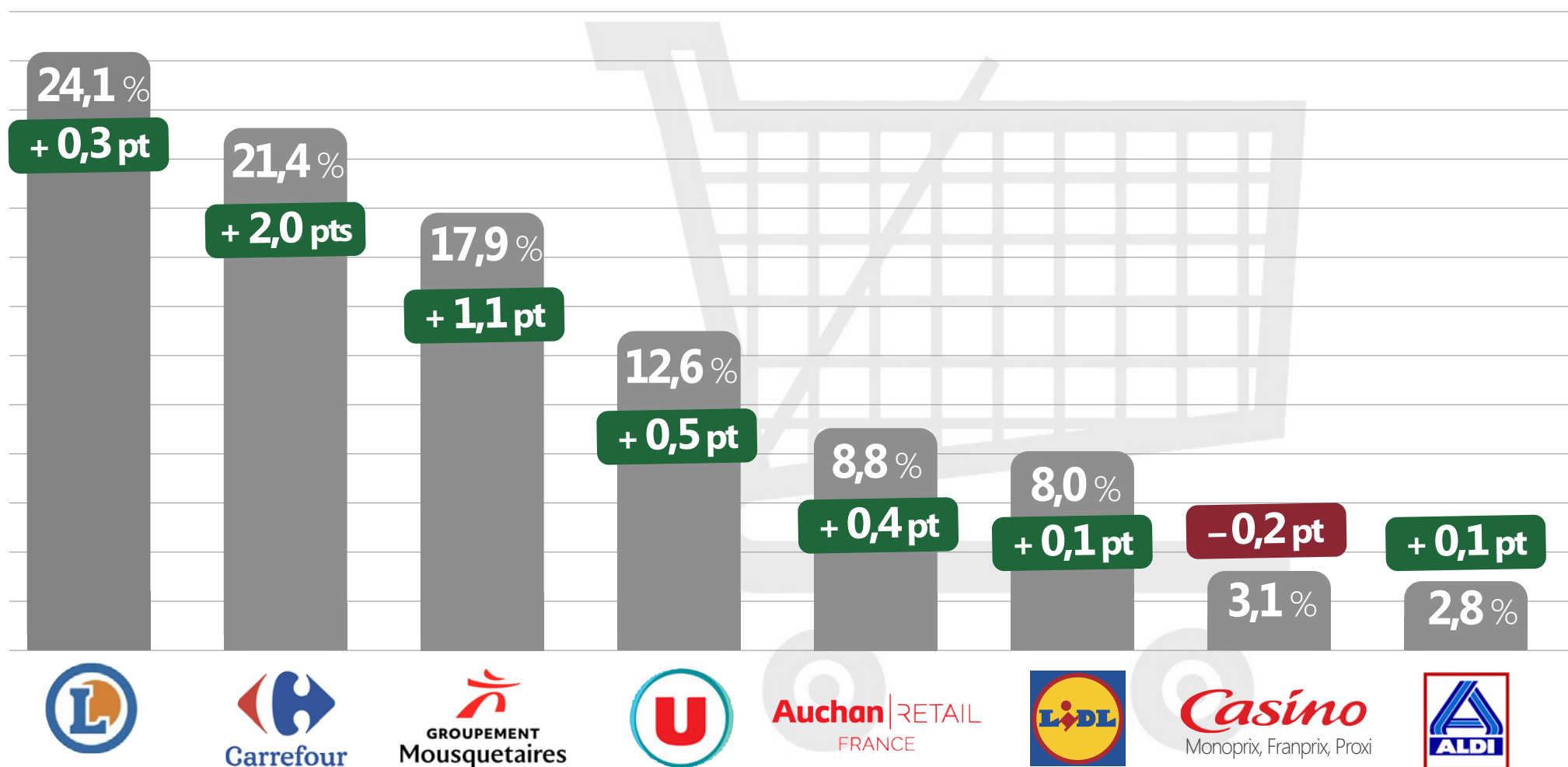
KANTAR



PARTS DE MARCHÉ VALEUR PAR GROUPE

KANTAR

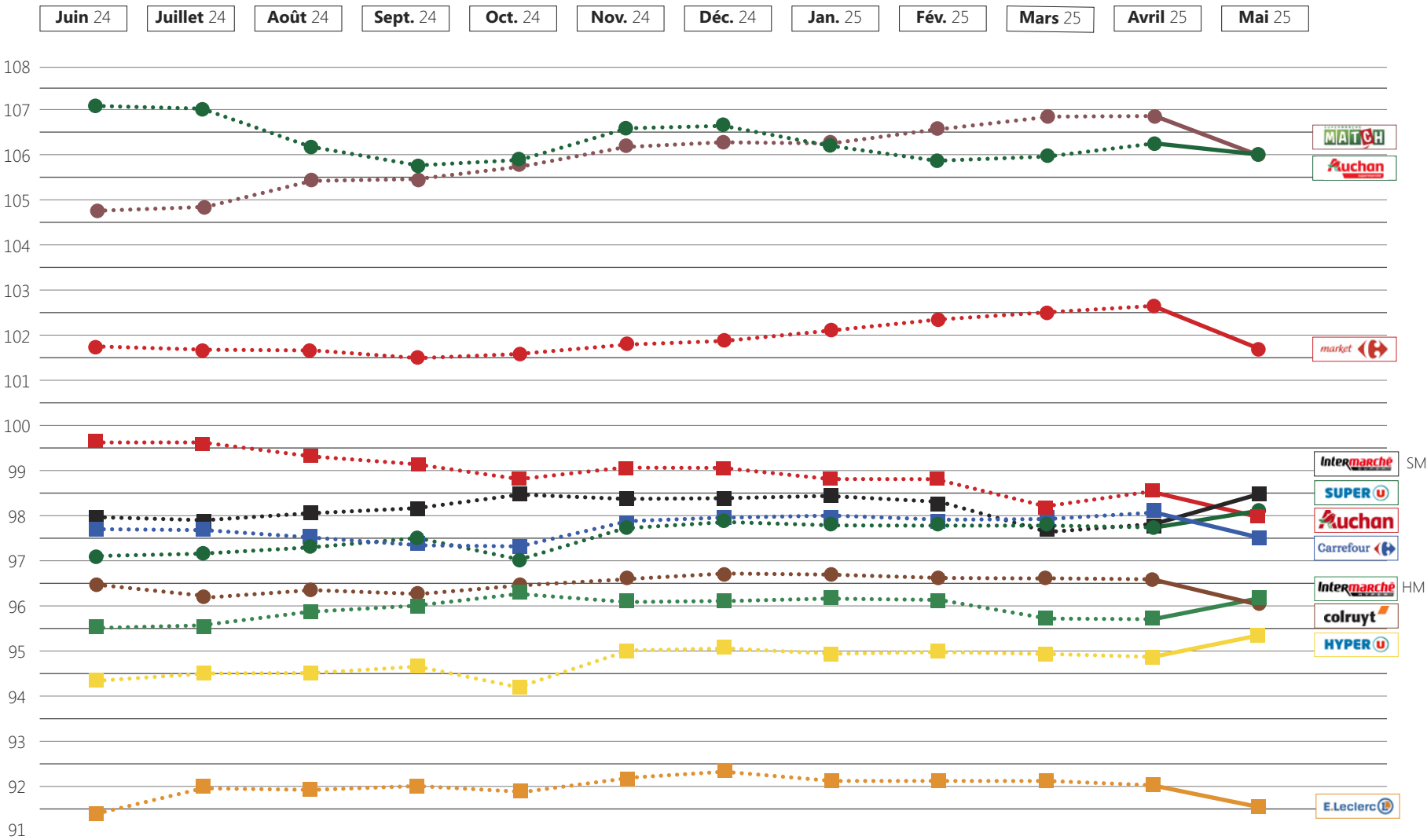
> **PGC Frais LS, P4** (Univers : HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %, évol vs N-1)



DISTRI PRIX MAI 2025

L'indice des prix drive hypers/supers

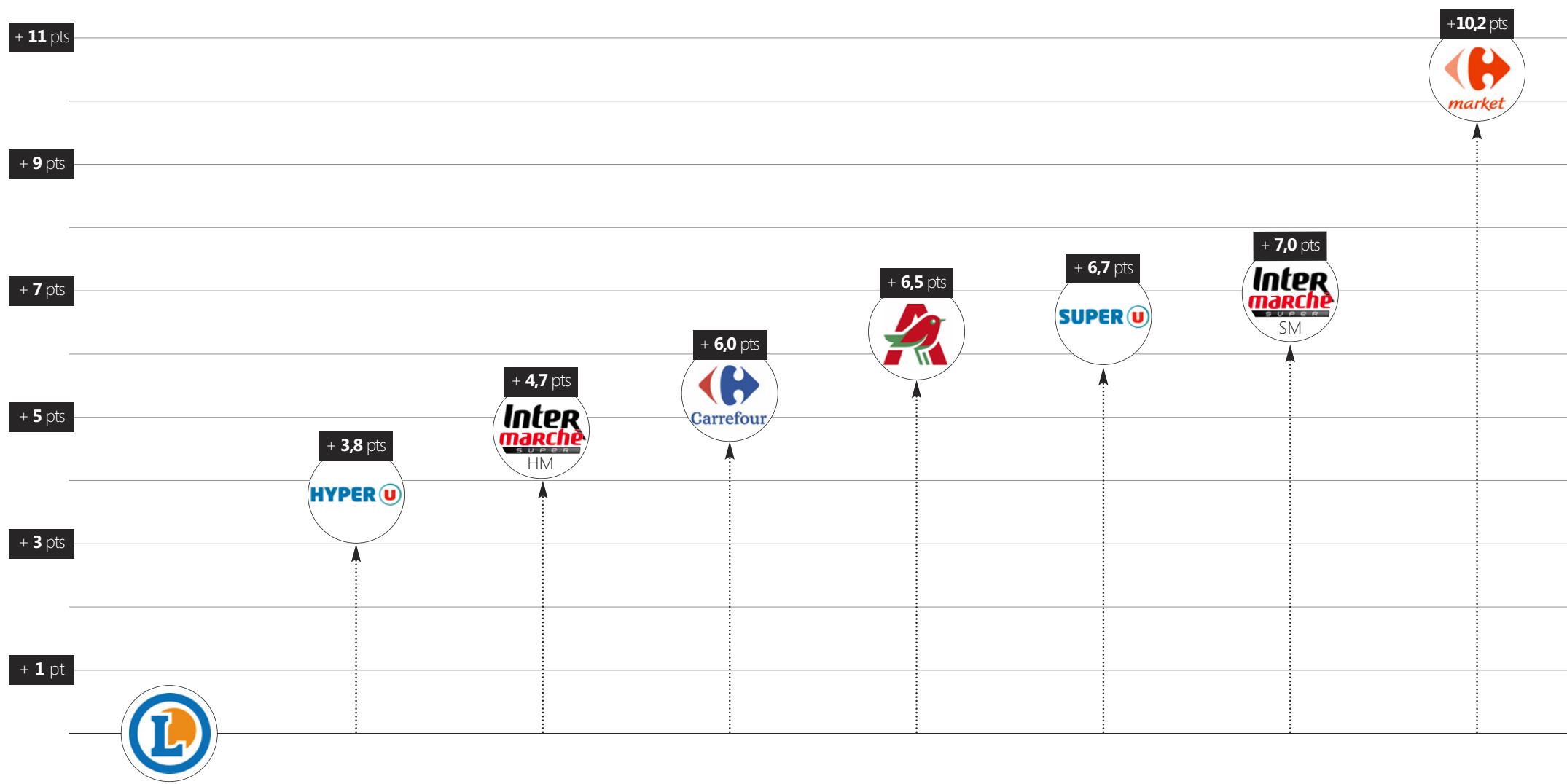
a3distrib
by NielsenIQ



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

Mai 2025

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

LES MARQUES CONSIDÉRÉES COMME LES "PLUS BELLES"

VIA VOICE

Les marques d'ALIMENTATION (2024)

C'est une belle marque, oui à...



Les marques de BOISSONS (2024)



LES 10 PRODUITS LES PLUS DIFFUSÉS EN DRIVE

[T1 2025]

a3distrib
by NielsenIQ

Présent dans 96 % des
7 337 drives de France

96 %

94 %



HARIBO BONBON DRAGIBUS SOFT
SACHET 300 G



BOUILLON KUB OR 1 BTE 128 GR

94 %



LESIEUR
MAYONNAISE
OEUF FRAIS
1 TUBE 185 G



HARIBO BONBON HAPPY LIFE
SACHET 275 G

93 %



NUTELLA POT 400 g

93 %



LUTTI BONBON LONGFIZZ
SACHET 200 GR

93 %



PRÉSIDENT EMMENTAL RAPÉ FONDANT
SACHET 200 G

93 %



BARILLA SPAGHETTI N°5
1 PAQ 500 GR

93 %



RICARD BOUTEILLE 1 L

93 %



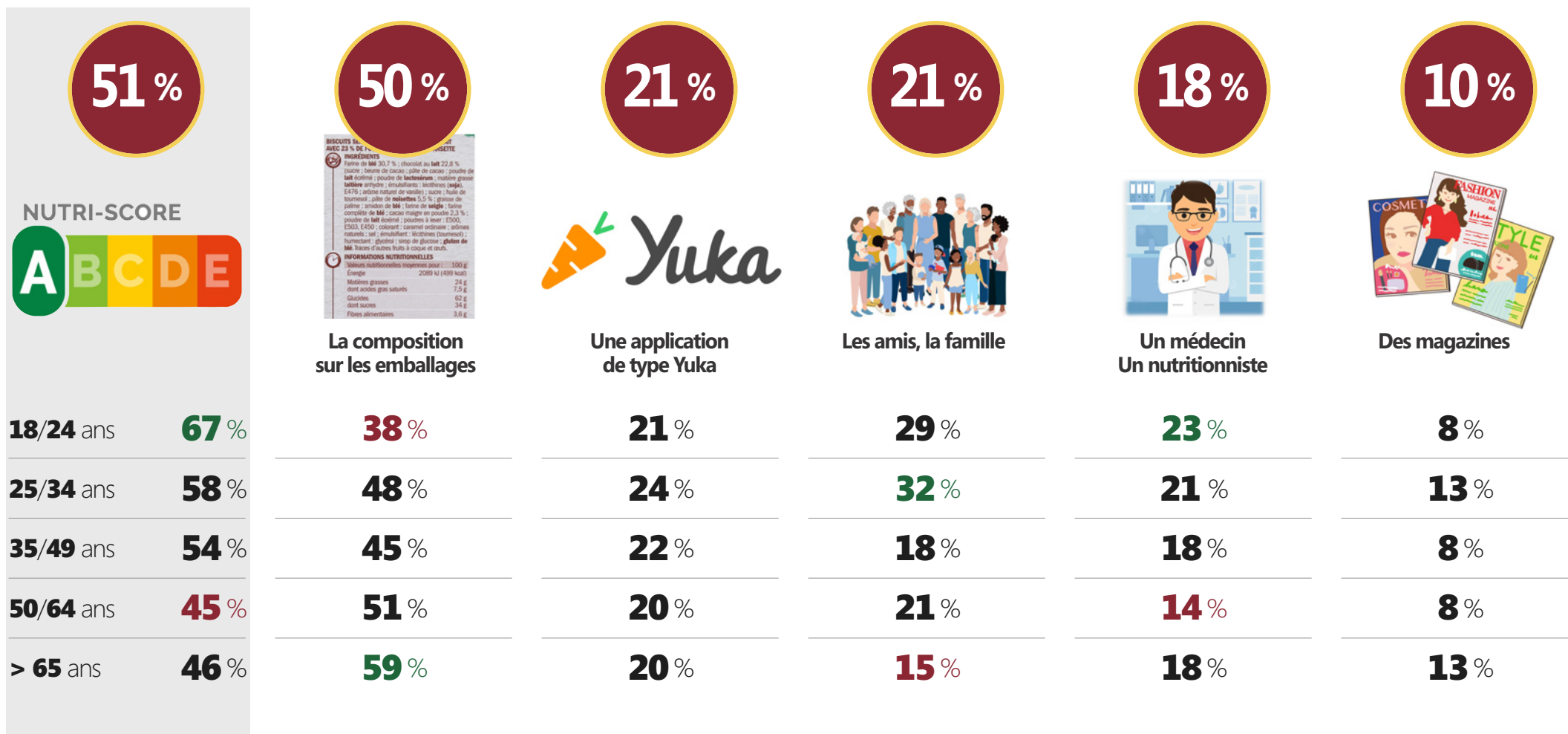
MOUSLINE PURÉE NATURE
PAQUET 520 G

93 %

"BIEN-MANGER" : COMMENT LES FRANÇAIS SE REPÈRENT ?

Quelles sources d'information consultez-vous / utilisez-vous pour bien manger, manger sainement ?

jow



1995/2025 : LE PRIX D'UN POT DE SAUCE BOLOGNAISE PANZANI

Pot de 425 g



10,35 F



1,58 €



2,8

pots en 1h
de Smic



En 1 h de SMIC



a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevé en
drives le 17 mai

1,92 €

+ 22 %

4,9

pots en 1h
de Smic



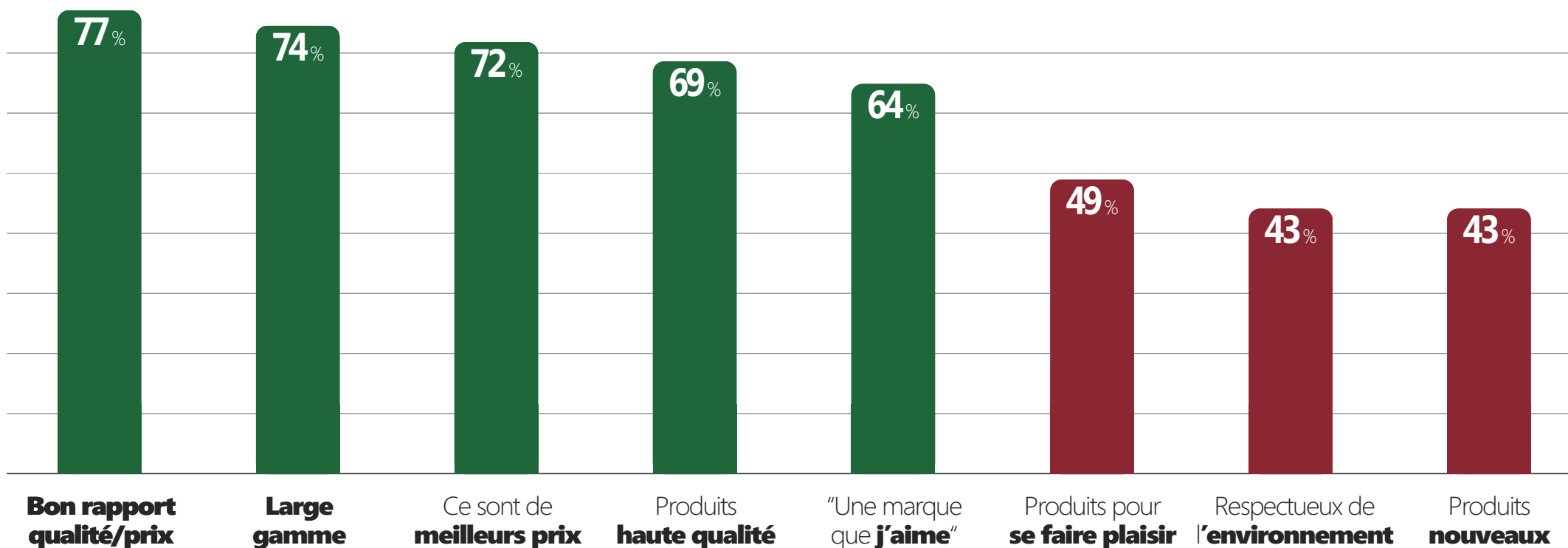
CE QUE LES CLIENTS PENSENT DES MDD...

Oui à...



CRITÈRES POSITIFS

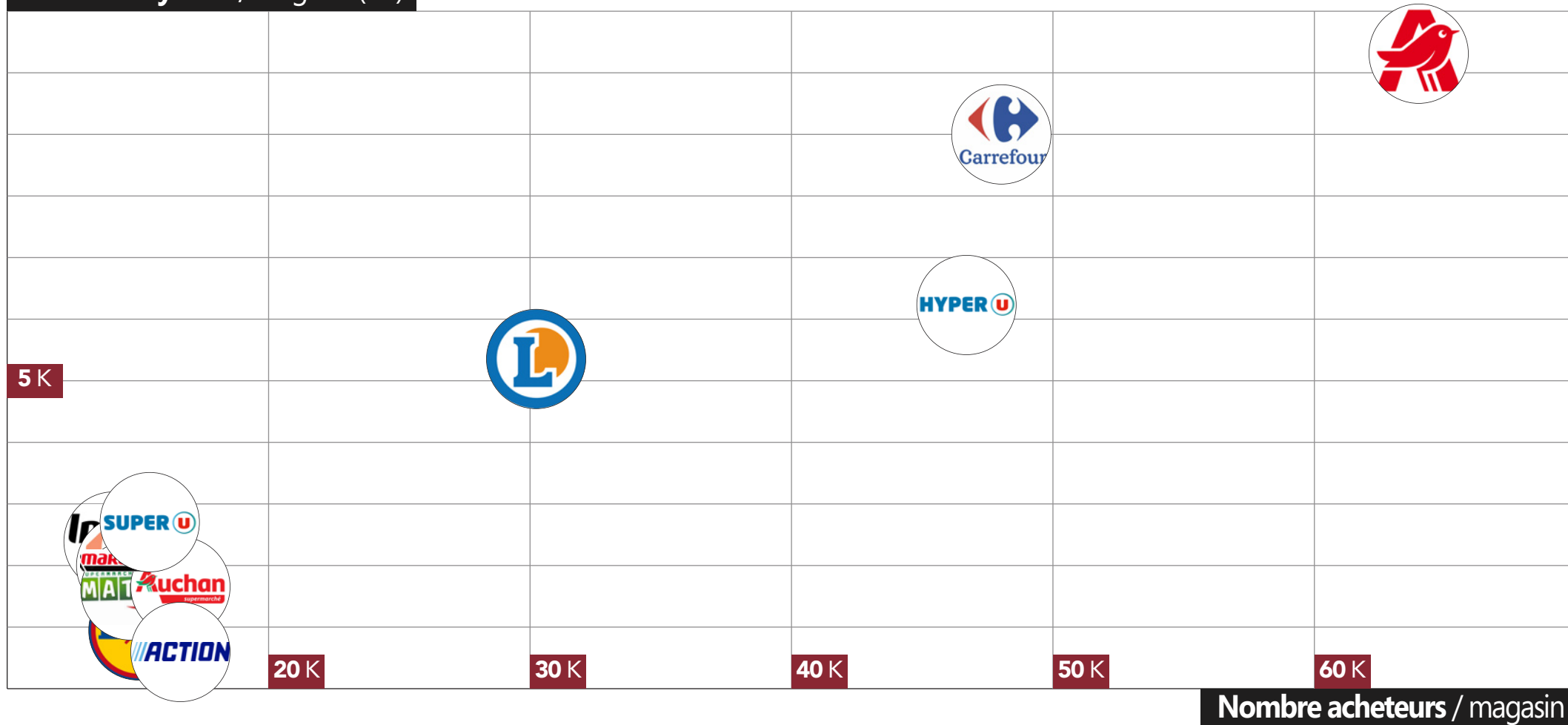
CRITÈRES NÉGATIFS



TAILLE DE CLIENTÈLE : LES ENSEIGNES LES + ATTRACTIVES

NielsenIQ

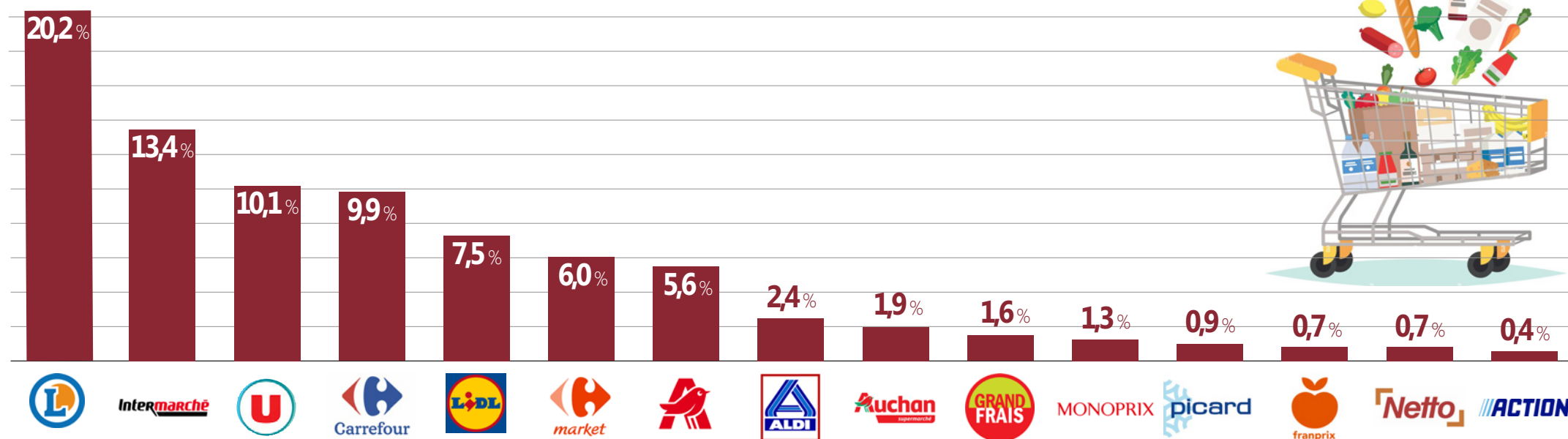
Surface moyenne / magasin (m²)



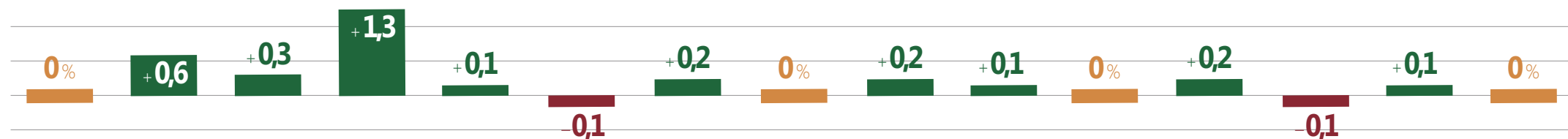
LE POIDS DES ENSEIGNES SUR LE TOTAL "GRANDE CONSO"

PGC / Frais LS / Frais traditionnel, tous circuits, vs année N-1 / En cumul à date P3 2025

> Parts de marché



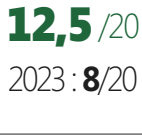
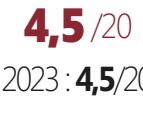
> Évolution N-1 en pt de PDM



ALIMENTATION ET CLIMAT : LES NOTES DES ENSEIGNES



Notes globales sur 40 indicateurs de la transition alimentaire et climatique

								
Note totale	 2023 : 9/20	 2023 : 8,5/20	 2023 : 7/20	 2023 : 7/20	 2023 : 7,5/20	 2023 : 7/20	 2023 : 6/20	 nc
Transparence de l'enseigne	 2023 : 8/20	 2023 : 8/20	 2023 : 7/20	 2023 : 6,5/20	 2023 : 8/20	 2023 : 8/20	 2023 : 7/20	 nc
Engagements et plan d'actions	 2023 : 10,5/20	 2023 : 7,5/20	 2023 : 4,5/20	 2023 : 8/20	 2023 : 7/20	 2023 : 7/20	 2023 : 4,5/20	 nc
Promouvoir une alimentation durable	 2023 : 8,5/20	 2023 : 9,5/20	 2023 : 9,5/20	 2023 : 6,5/20	 2023 : 7,5/20	 2023 : 6/20	 2023 : 6/20	 nc

C'EST QUI LE PATRON : LES ENSEIGNES QUI JOUENT LE + LA MARQUE



Nombre de
produits référencés
au national

21
réfs.



Carrefour
hypers/supers

23
réfs.



E.Leclerc

13
réfs.



Carrefour
Proximité

2

1

3

colruyt  **supermarchés G20** 11 réfs.

Auchan 10 réfs.

MONOPRIX 5 réfs.

Intermarché **Casino proximités** 4 réfs.

supermarché MATCH 3 réfs.

Coopérative U ALDI 1 réf.

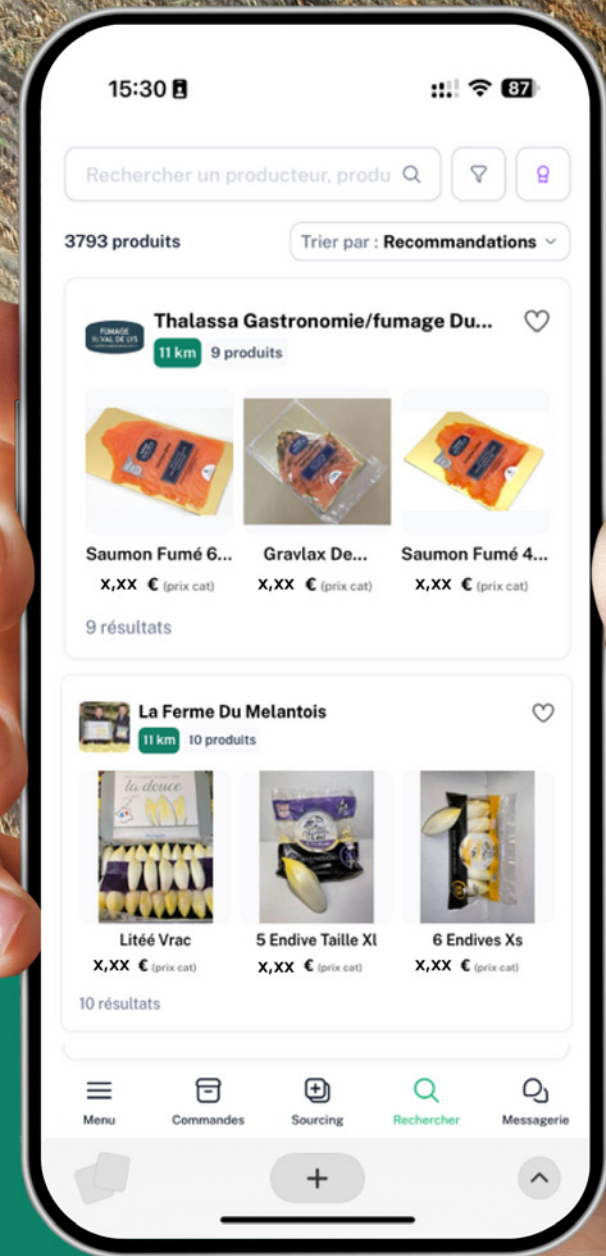
LIDL **franprix** 

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**

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