

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la consommation

LE S1 2025 EN 10 SLIDES

NielsenIQ

DATAS

GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES HYPERS/SUPERS

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025, en valeur

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL

+ 2,0 %

-1,6 % **NON-ALIMENTAIRE**



Maison

3 % + 0,1 %



Textile

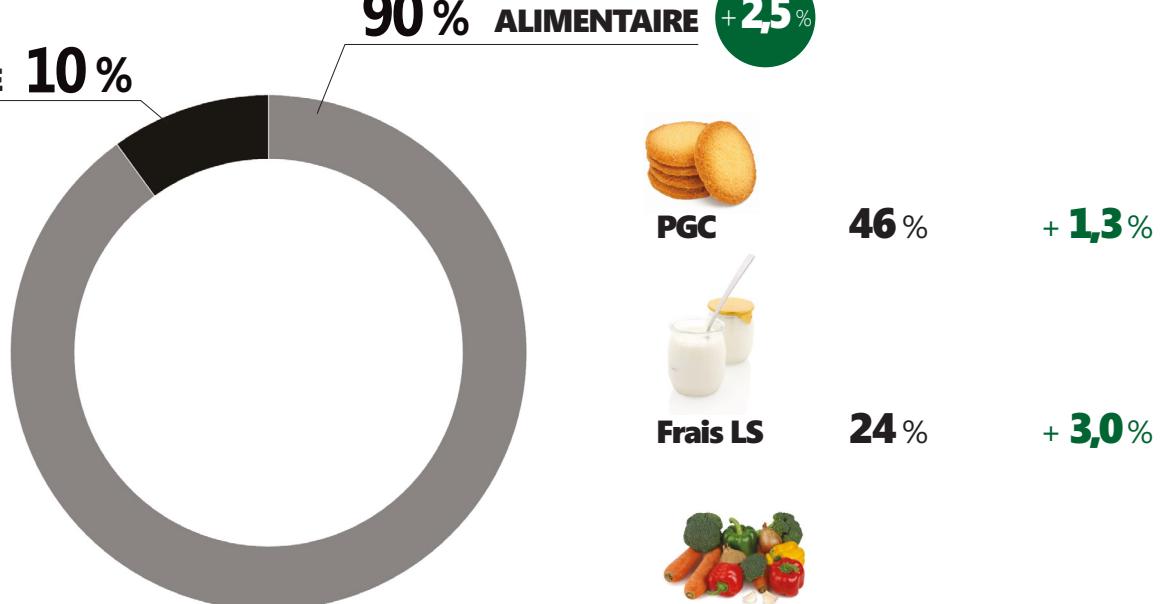
3 % - 2,1 %



Loisirs

5 % - 2,3 %

10 %



90 % ALIMENTAIRE

+ 2,5 %



PGC

46 %

+ 1,3 %



Frais LS

24 %

+ 3,0 %



Frais Trad
(poids variable)

17 %

+ 4,4 %



Surgelés

3 %

+ 6,0 %

DATAS

GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES PGC / FRAIS LS

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025, en valeur

Évol. valeur
(tous circuits GSA)

+
2,1 %

Évol. volume

+
1,6 %

Effet prix

+
0,5 %

+
2,2 %

-
0,6 %

-
1,2 %

+
1,7 %

Évol. volumes UC
(nb de produits achetés)

Évol. volumes par UC
(effets format, effets promo)

Effet inflation / déflation
(sur iso-produit)

Effet de mix
(positif / négatif)

DATAS

GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] PGC / FRAIS LS : LE BILAN (VALEUR) DES CIRCUITS

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025,

Évolution du CA
de P1 à P6

+ 0,6 %

+ 0,4 %

+ 6,1 %

+ 3,4 %

+ 7,9 %



HYPERS



SUPERS



PROXI



SDMP
(Discount)



DRIVE + LAD

35,4 % du CA

31,1 % du CA

10,0 % du CA

14,0 % du CA

9,5 % du CA

Poids du circuit
sur le total GSA

DATAS

GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] PGC / FRAIS LS : LE BILAN (**VOLUME**) DES CIRCUITS

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025,

Évolution des UC
de P1 à P6

+1,0%

+0,5%

+ 6,2 %

+ 24 %

+ 8,5 %



HYPERS



SUPERS



PROXI



SDMP
(Discount)



DRIVE + LAD

35,4 % du CA

31,1 % du CA

10,0 % du CA

14,0 % du CA

9,5 % du CA

Poids du circuit
sur le total GSA

DATAS GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN (SURFACE) DES CIRCUITS

> Juin 2025 vs décembre 2024

NielsenIQ



Nombre de
points de vente

Déc 2024

1 309

Juin 2025

1 293 -16

4 033

4 013 -20

3 342

3 345 + 3

Surface

Déc 2024

8,84 millions m²

Juin 2025

8,76 millions m² -1%

8,53 millions m²

8,54 millions m² -

3,33 millions m²

3,42 millions m² (est) + 3 %

DATAS

GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES RAYONS

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025, PGC / Frais LS, en valeur et en volume



Hygiène
Beauté

Entretien

Papier

Épicerie
salée

Surgelés
salés

Alcools

Crème

Épicerie
sucrée

Frais non
laitier

BRSA
Eaux

Surgelés
sucrés

évol
CA

-3,7 %

-2,6 %

-0,7 %

+ 0,2 %

+ 0,5 %

+ 1,5 %

+ 1,9 %

+ 3,7 %

+ 4,0 %

+ 5,8 %

+ 24 %

évol
VOL.

-0,5 %

-0,2 %

+ 1,4 %

+ 0,9 %

+ 2,9 %

+ 2,0 %

+ 2,4 %

-0,2 %

+ 4,7 %

+ 6,0 %

+ 22 %

DATAS GRANDE CONSO

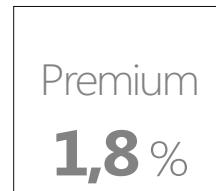
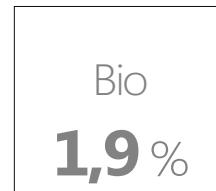
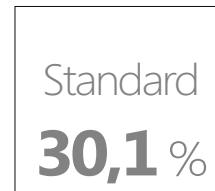
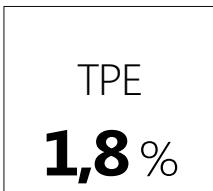
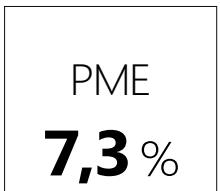
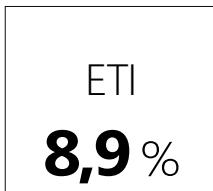
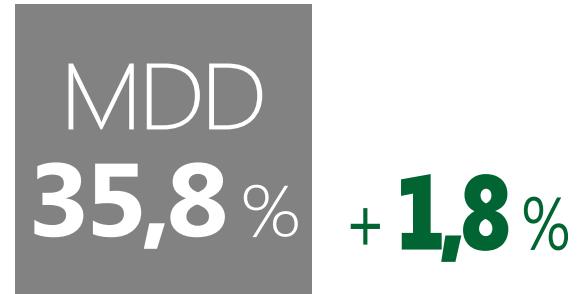
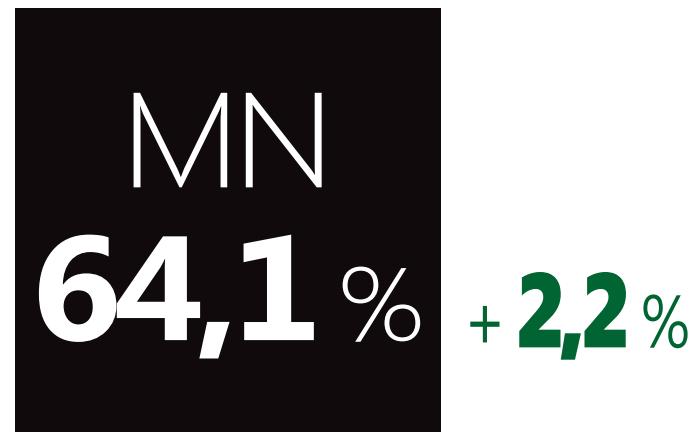
Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES MARQUES

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025, PGC / Frais LS, en valeur



Évol
des ventes
(vs N-1)
+ 1,5 %

+ 2,6 %

+ 4,8 %

+ 9,1 %

+ 1,7 %

+ 0,5 %

+ 4,1 %

+ 1,7 %

DATAS GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES MARQUES PAR CIRCUIT

NielsenIQ

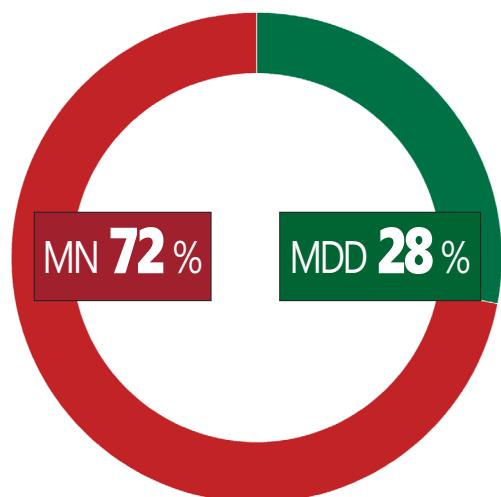
> Cumul à date à P6 2025, PGC / Frais LS, en valeur (sur total MDD + MN)

HYPERS / SUPERS

DISCOUNT

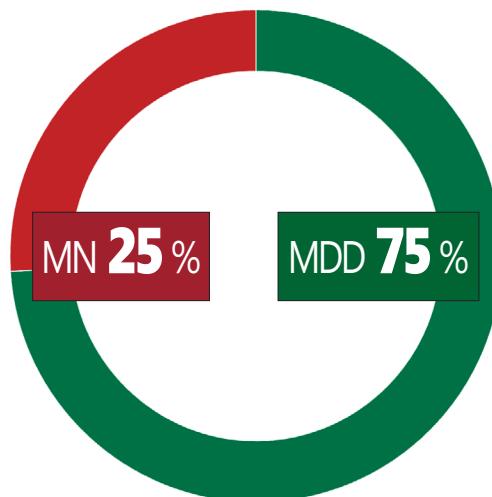
E-COMMERCE (DRIVE/LAD)

PROXIMITÉ



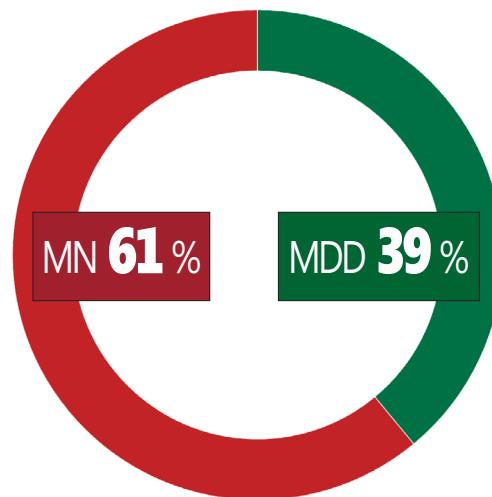
ÉVOL vs N-1

+ 0,5 %



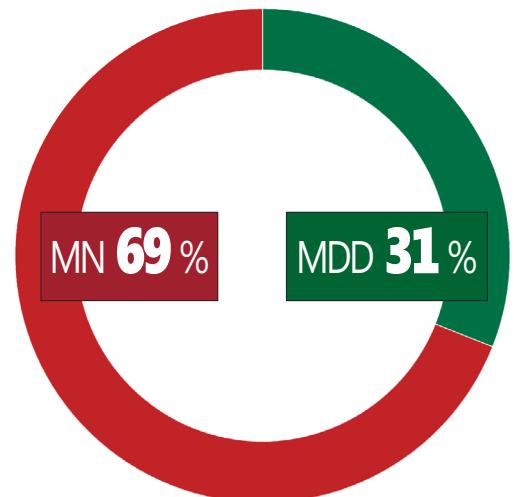
ÉVOL vs N-1

+ 7,0 %



ÉVOL vs N-1

+ 9,2 %



ÉVOL vs N-1

+ 7,2 %

+ 3,7 %

DATAS GRANDE CONSO

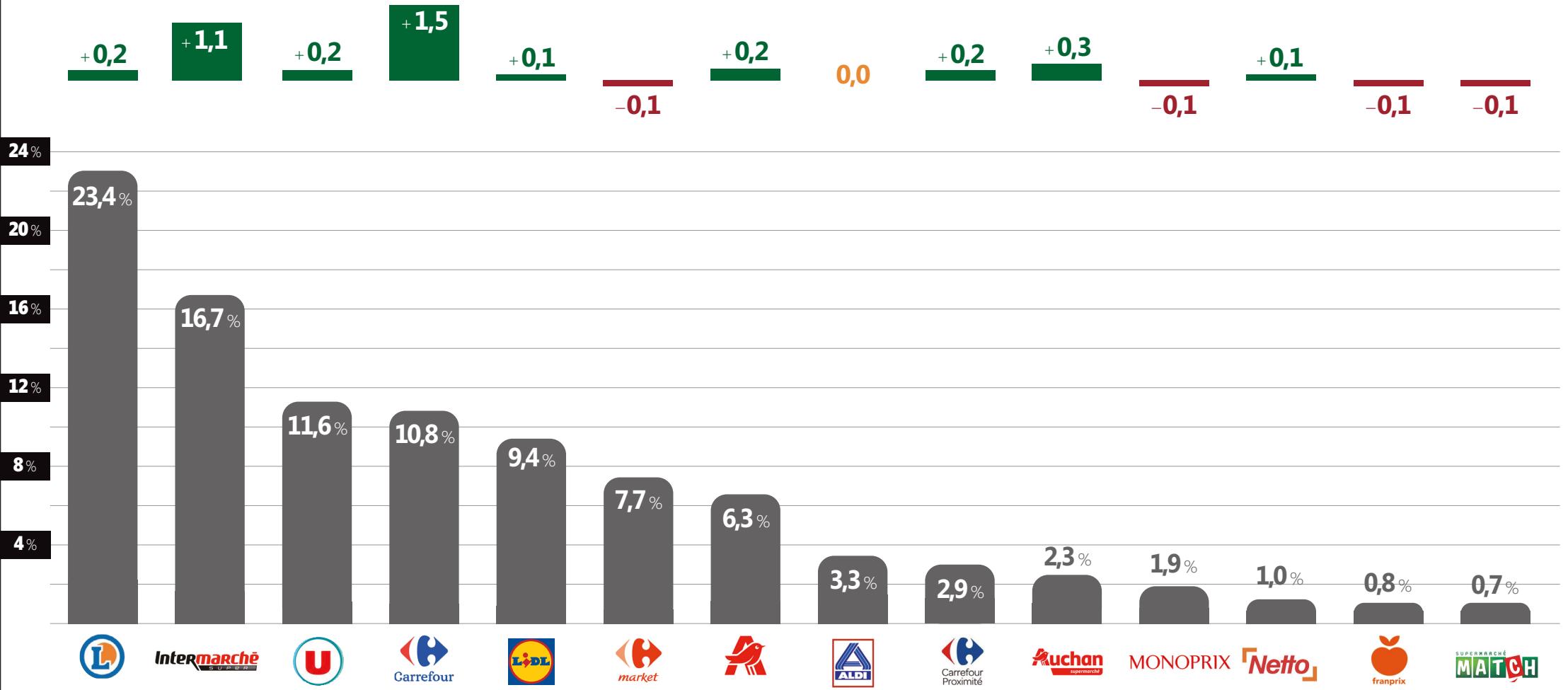
Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES ENSEIGNES

NielsenIQ

> Cumul à date à P6 2025, PGC / Frais LS, en valeur



DATAS

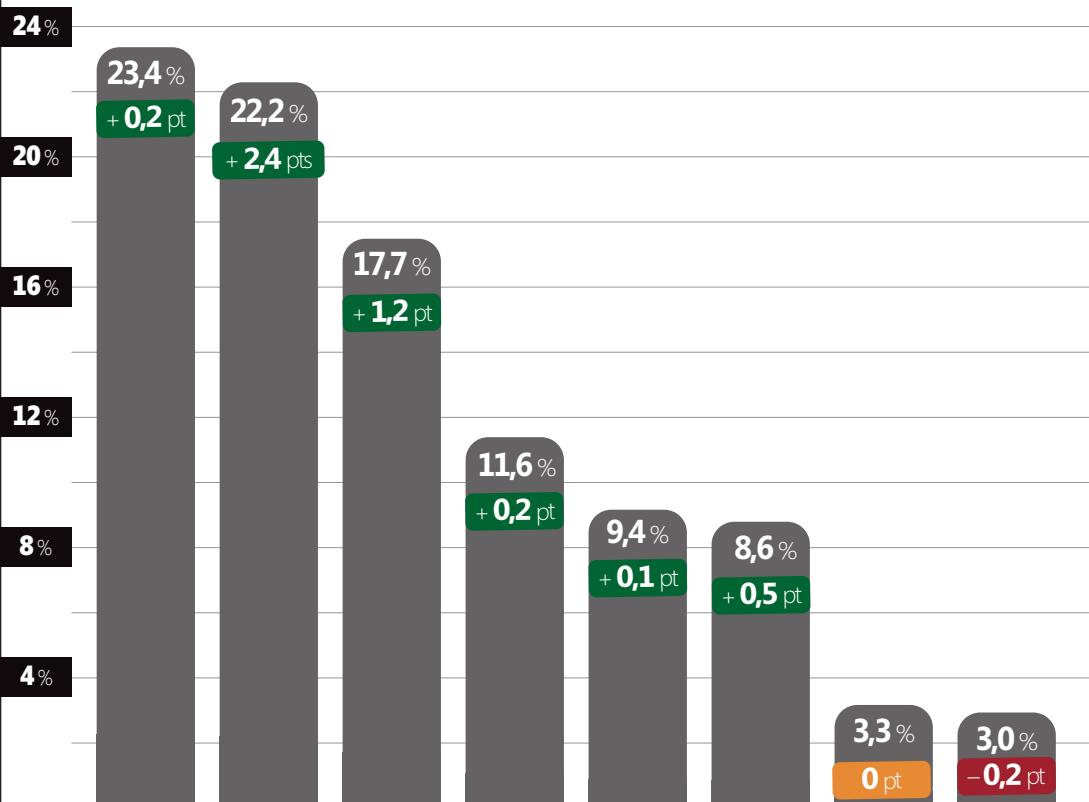
GRANDE CONSO

Un sujet, des datas

éditions
DAUVERS

[1^{er} SEMESTRE] LE BILAN DES GROUPES

En CAD à P6 2025



En CAM à P6 2025



Carrefour

GROUPEMENT
Mousquetaires



LIDL
Auchan RETAIL
FRANCE



Casino
Monoprix, Franprix, Proxi



Carrefour

GROUPEMENT
Mousquetaires



LIDL
Auchan RETAIL
FRANCE



Casino
Monoprix, Franprix, Proxi

NielsenIQ



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

www.olivierdauvers.fr