

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Février 2026

➔ **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 ;-)

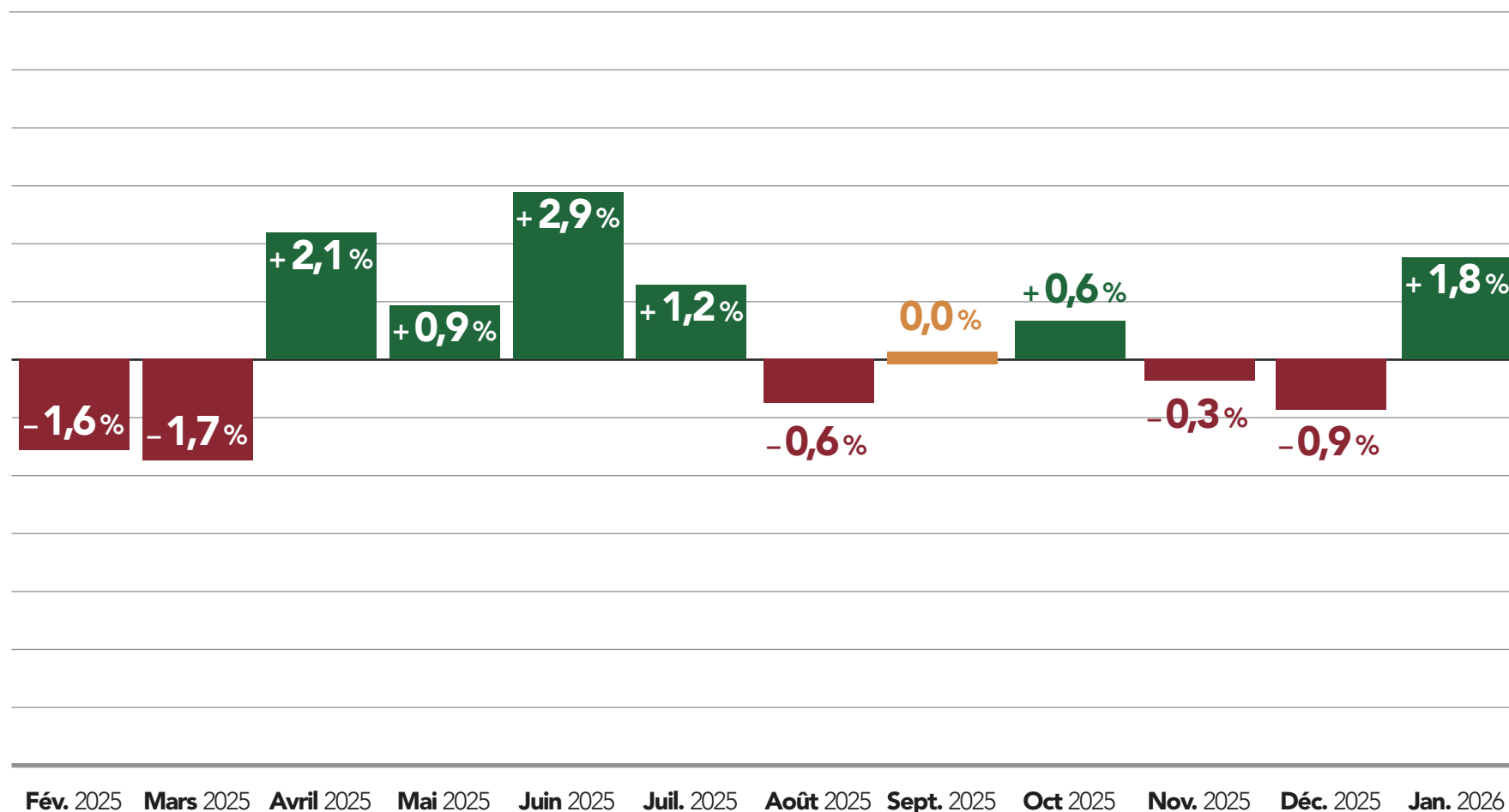
VIGIE GRANDE CONSO



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

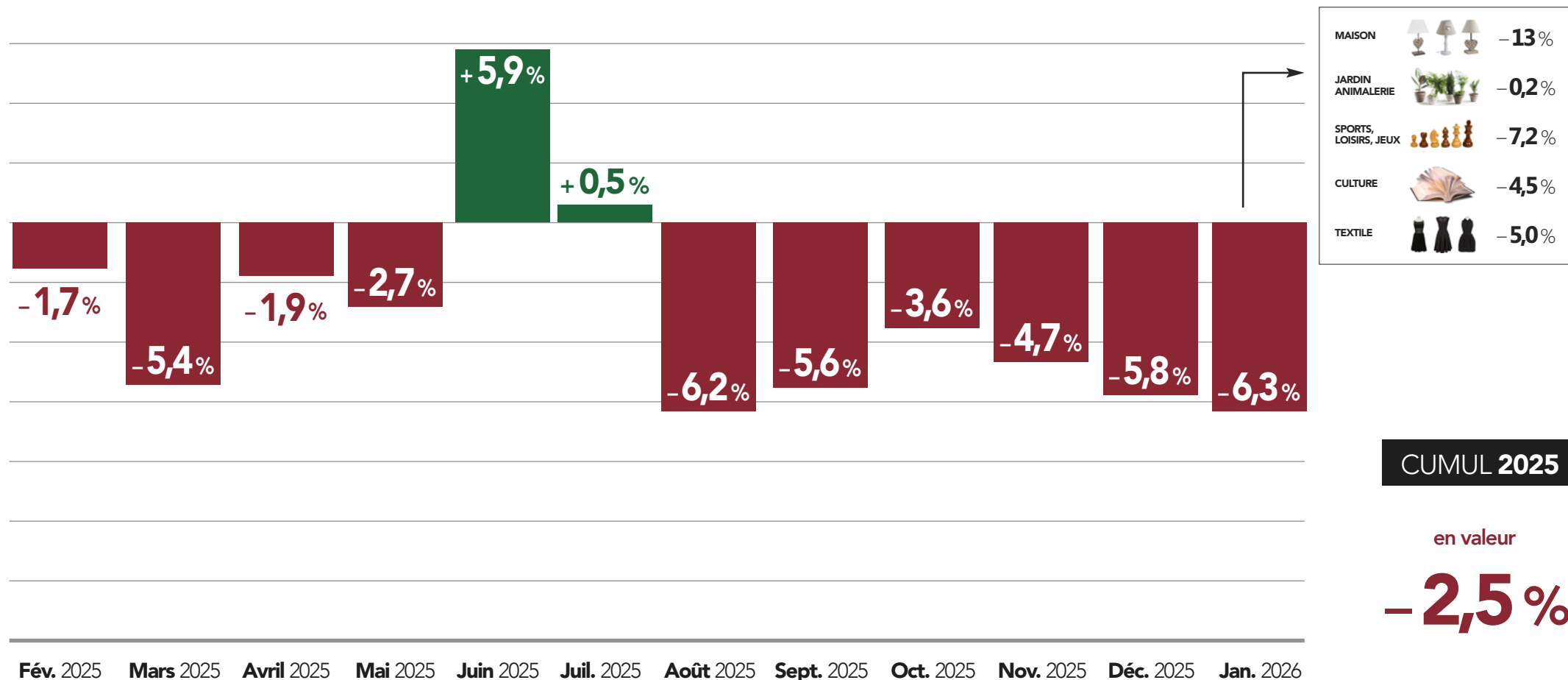
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



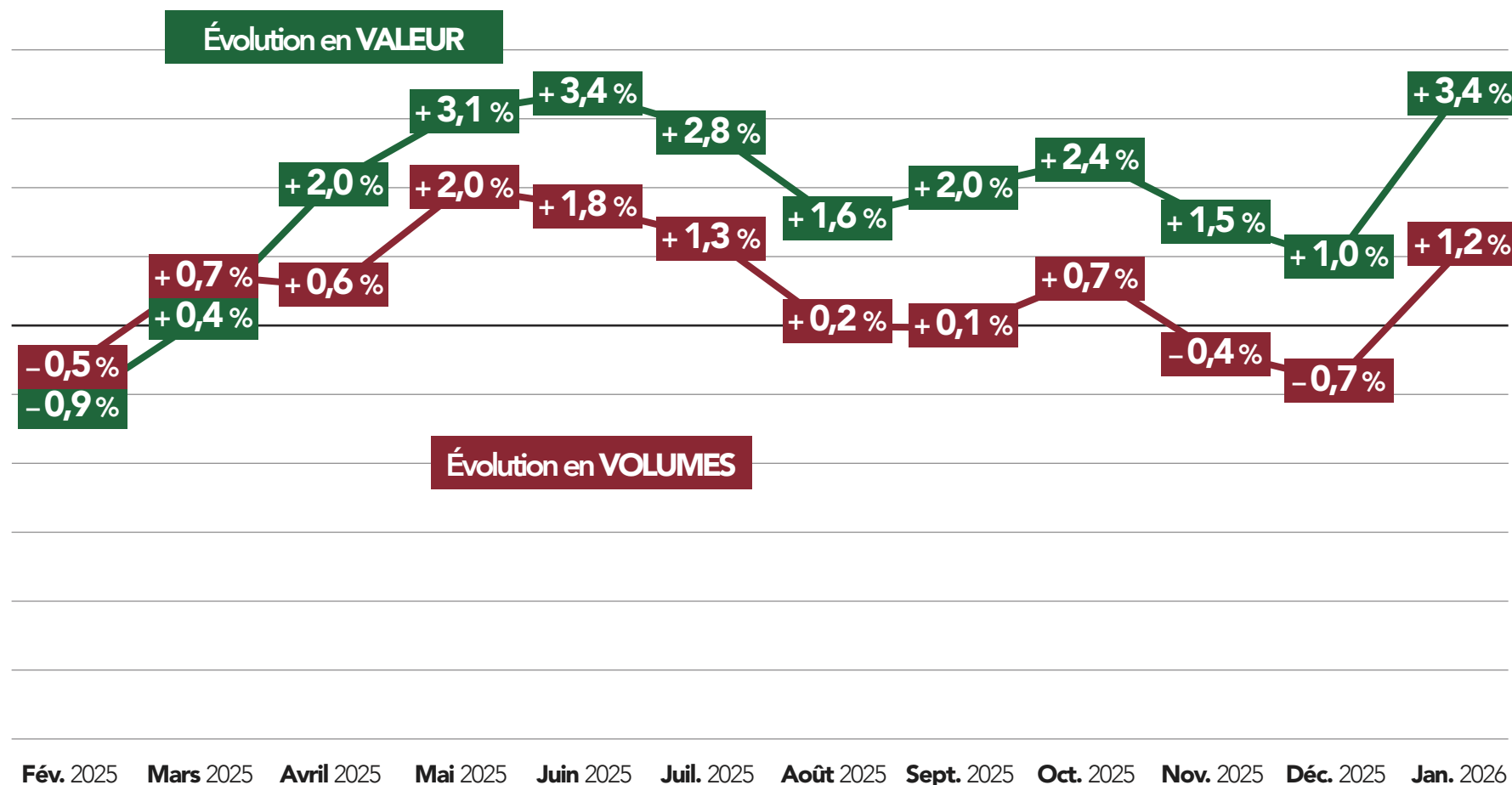
ÉVOLUTION DU CA **NON-ALIMENTAIRE**

Hypers supers e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2025

en valeur

+ 1,9%

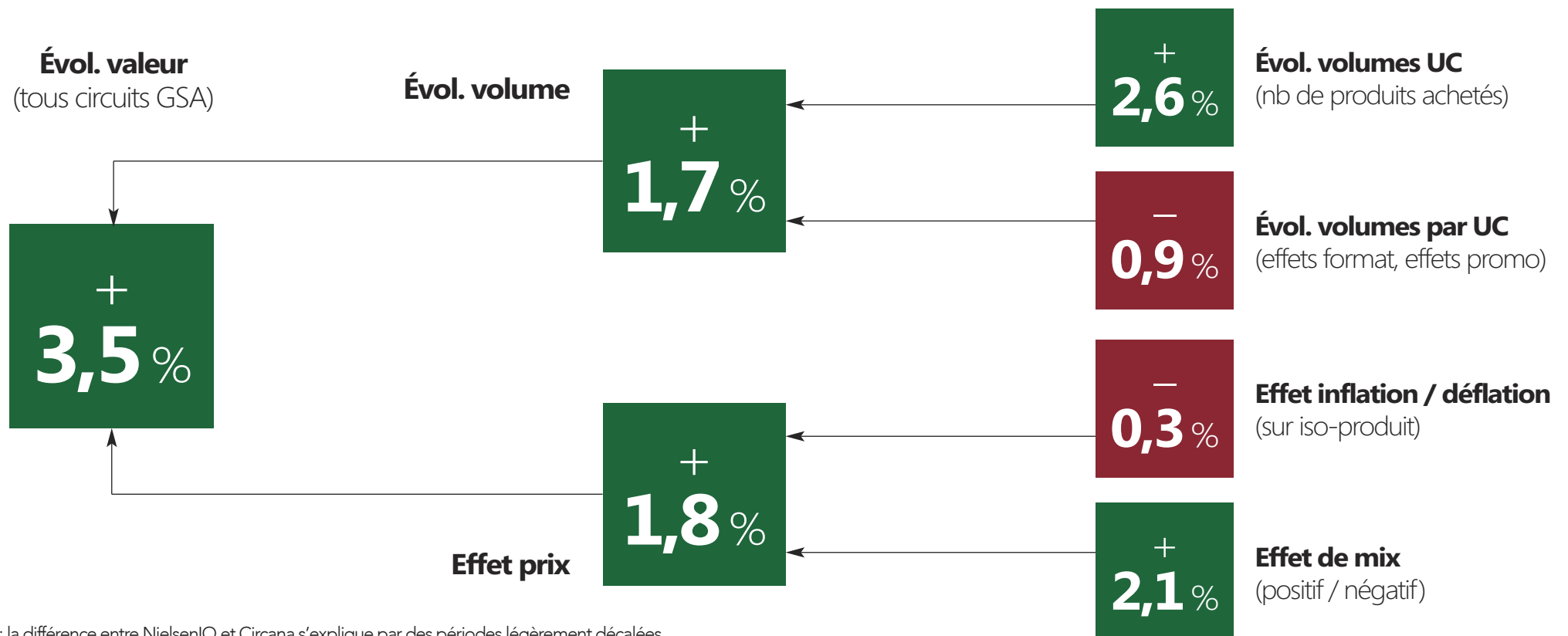
en volumes

+ 0,9%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

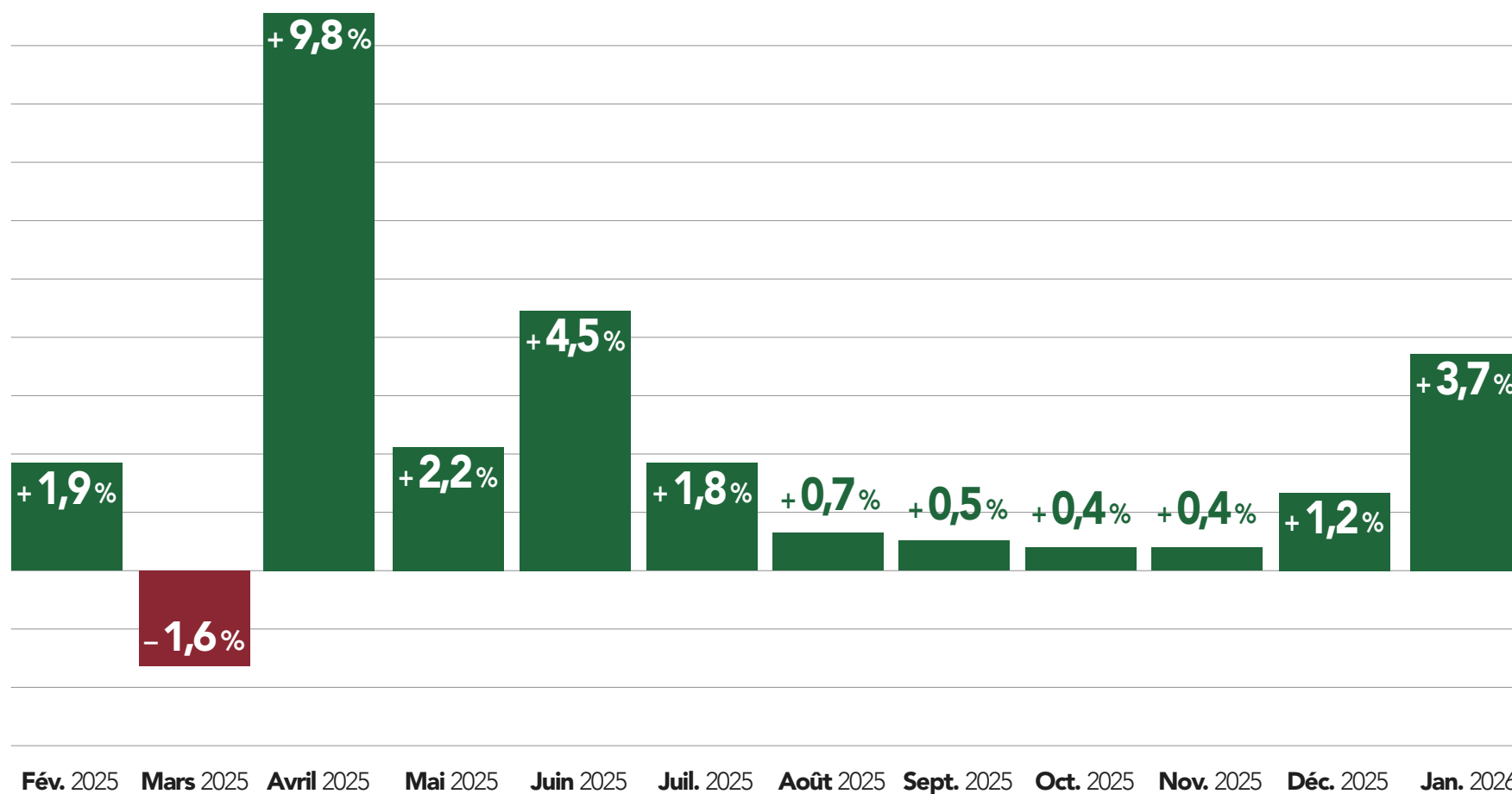
Sur un mois / P1 2026, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

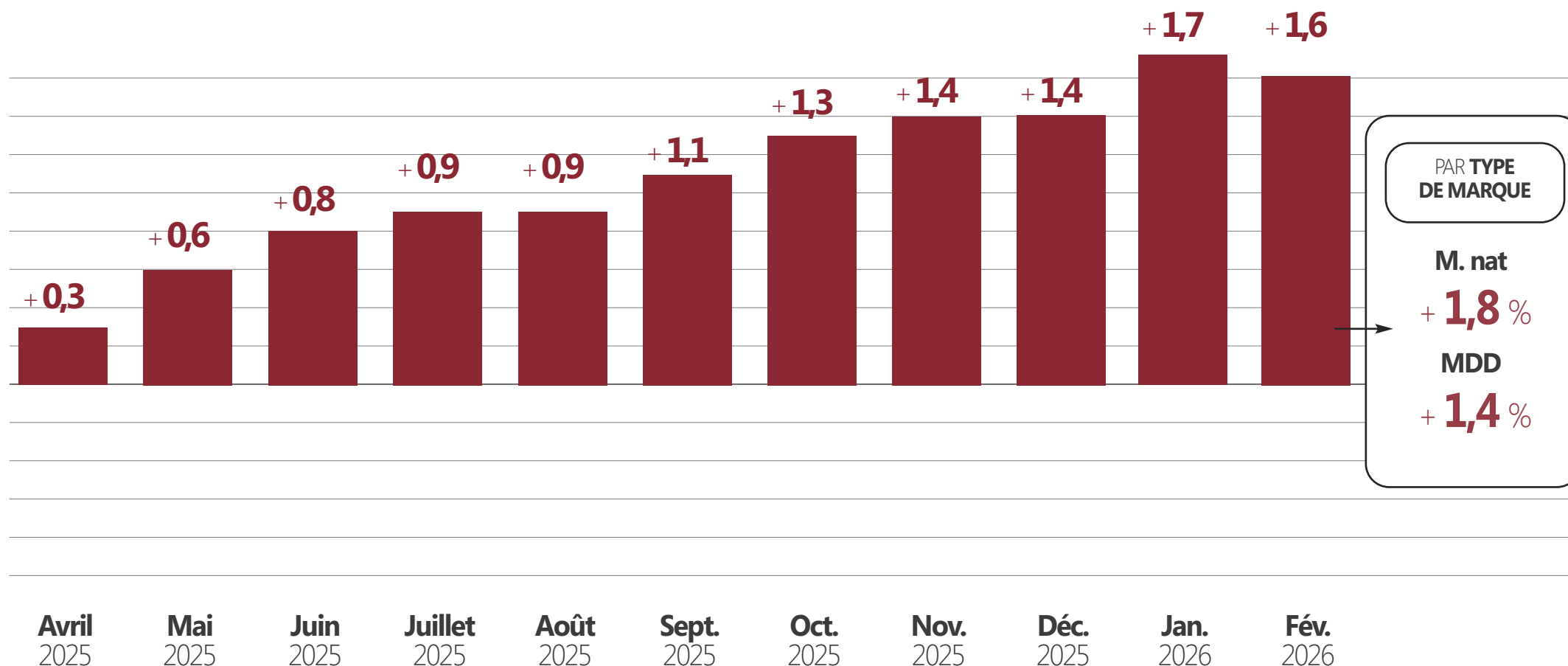
en valeur

+ 2,7 %

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



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



L'INFLATION BASE 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



Au **12 mai**

Au **28 juillet**

Au **27 août**

Au **29 sept**

Au **27 oct.**

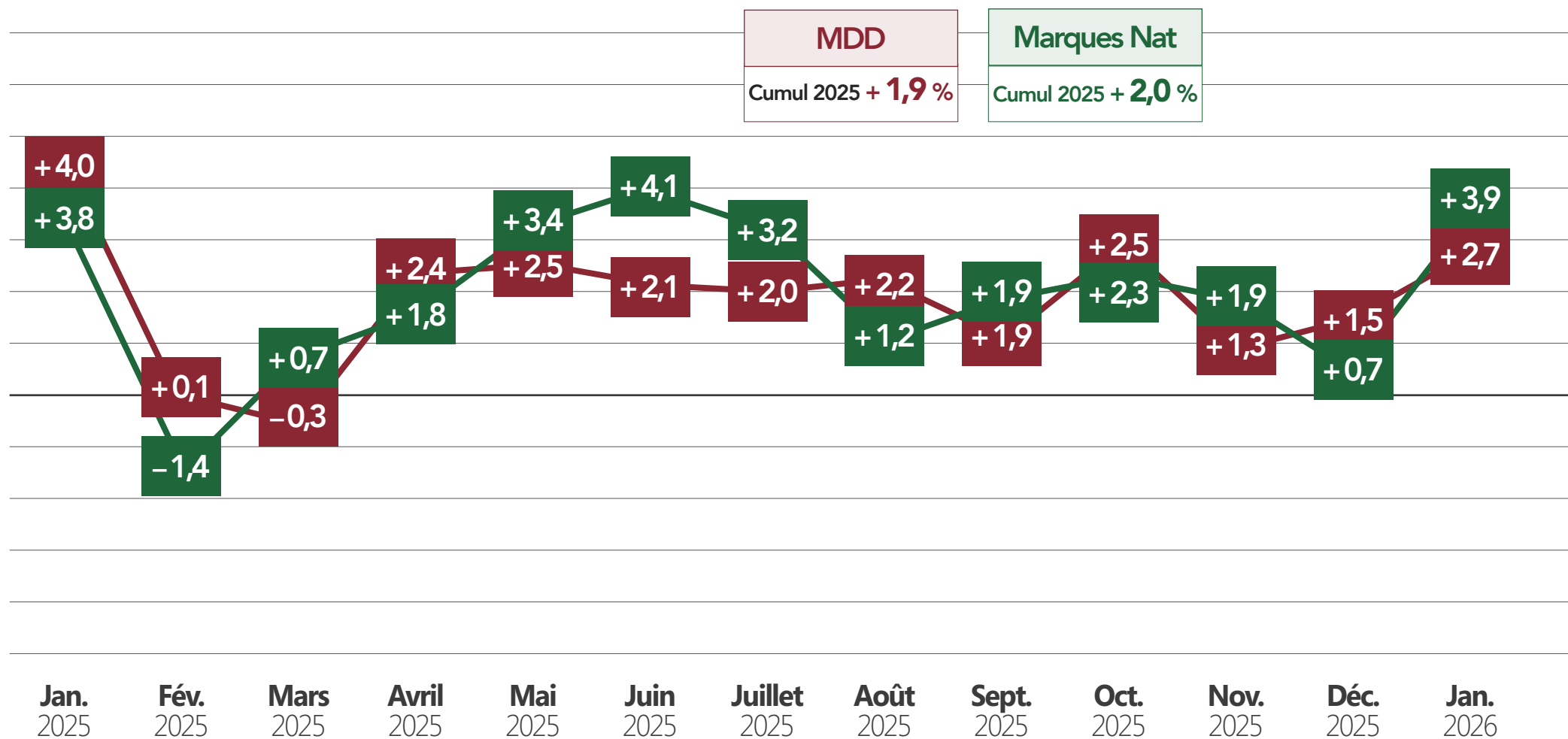
Au **22 déc.**

Au **26 jan.**

Au **23 fév.**

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

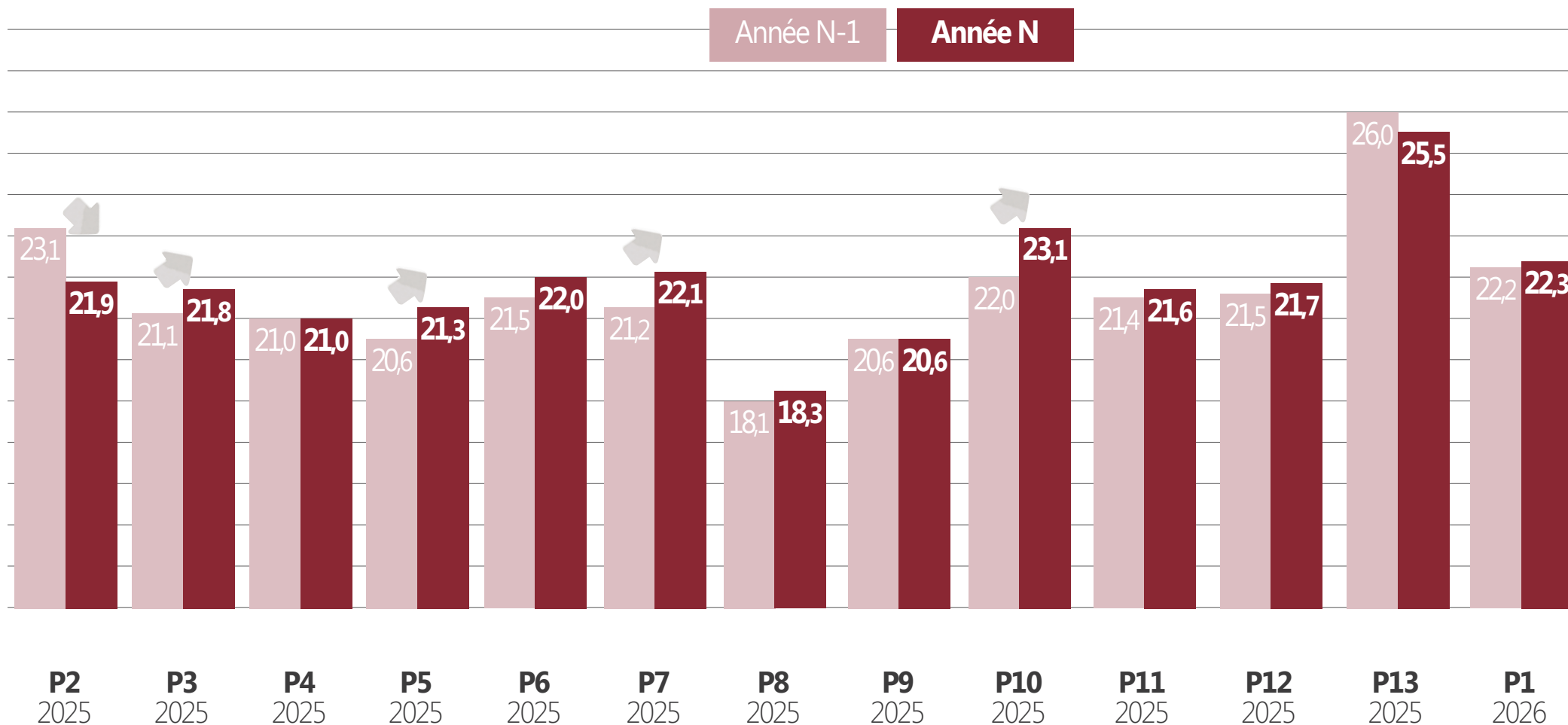
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES **SOUS PROMO**

NielsenIQ

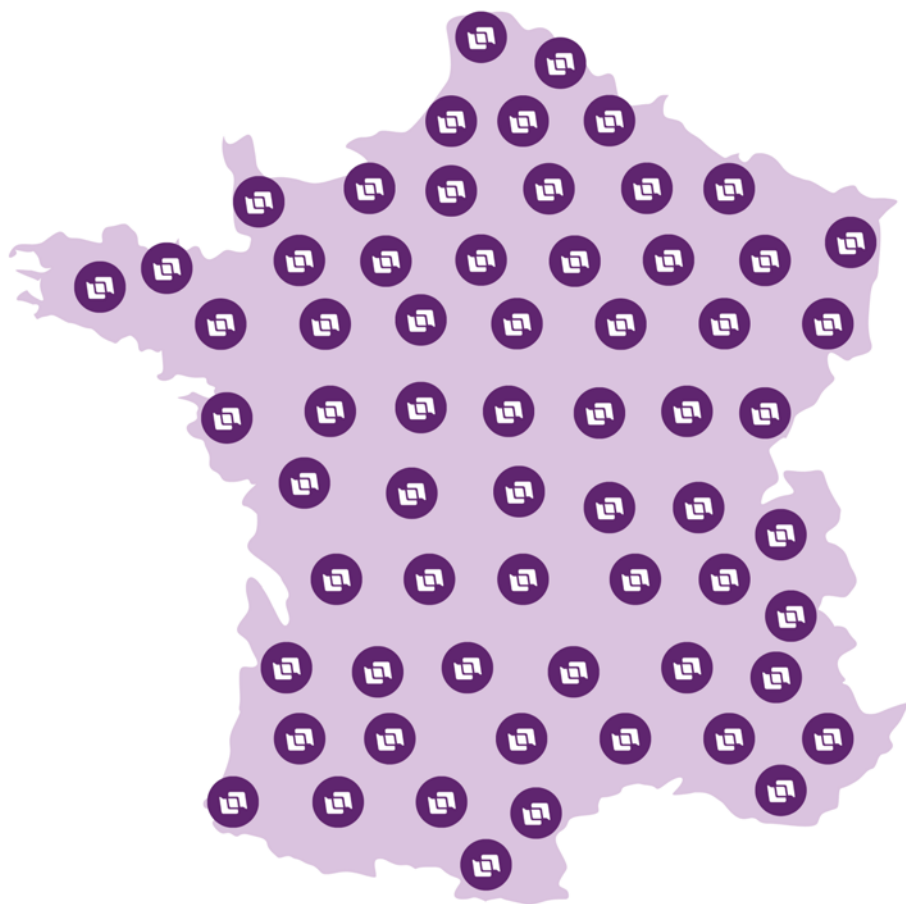
% des ventes **promo** sur PGC Frais LS, HM/SM



Tut Tut

La livraison locale,
réinventée.

**1 partenaire tous
les 18 km
en France** 



Intermarché

SUPERMARCHÉ
MATCH

Carrefour 
livré chez vous

E.Leclerc 

Auchan

COURSES  **U.com**

CENTRAKOR

LE ROY MERLIN

Weldom
Bricoler • Jardiner • Décorer

 **TRUFFAUT**

 **ELECTRO
DEPOT**

Mr. Bricolage

 **alinea**
la maison française

**Office
DEPOT**

chronodrive

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P1 2026

% 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

+ 0,9 %

+ 4,1 %

+ 4,2 %

- 1,1 %

+ 5,3 %

+ 9,1 %

+ 2,6 %

+ 7,8 %

nc

Évol
du CA

16,3 %

19,8 %

36,1 %

20,3 %

10,5 %

30,8 %

7,1 %

2,7 %

9,8 %

13,3 %

8,7 %

1,3 %

10,0 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P1 2026

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



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

– 1,0 %

+ 1,6 %

+ 2,2 %

– 2,2 %

+ 5,6 %

+ 5,8 %

+ 3,0 %

+ 6,2 %

nc

Évol
du CA

15,9 %

19,7 %

35,6 %

20,4 %

10,7 %

31,1 %

7,2 %

2,8 %

10,1 %

13,9 %

8,2 %

1,1 %

9,3 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P1 2026

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 %

+ 3,3 %

+ 3,1 %

− 1,8 %

+ 4,3 %

+ 7,9 %

+ 2,3 %

+ 7,0 %

nc

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P1 2026

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

− 1,1 %

+ 1,6 %

+ 1,7 %

− 2,3 %

+ 5,4 %

+ 5,1 %

+ 2,0 %

+ 5,2 %

nc

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



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



Spiritueux
Champ.

Épicerie
sucrée

Hygiène

Épicerie
salée

Entretien

Bières
Cidres

Crèmerie

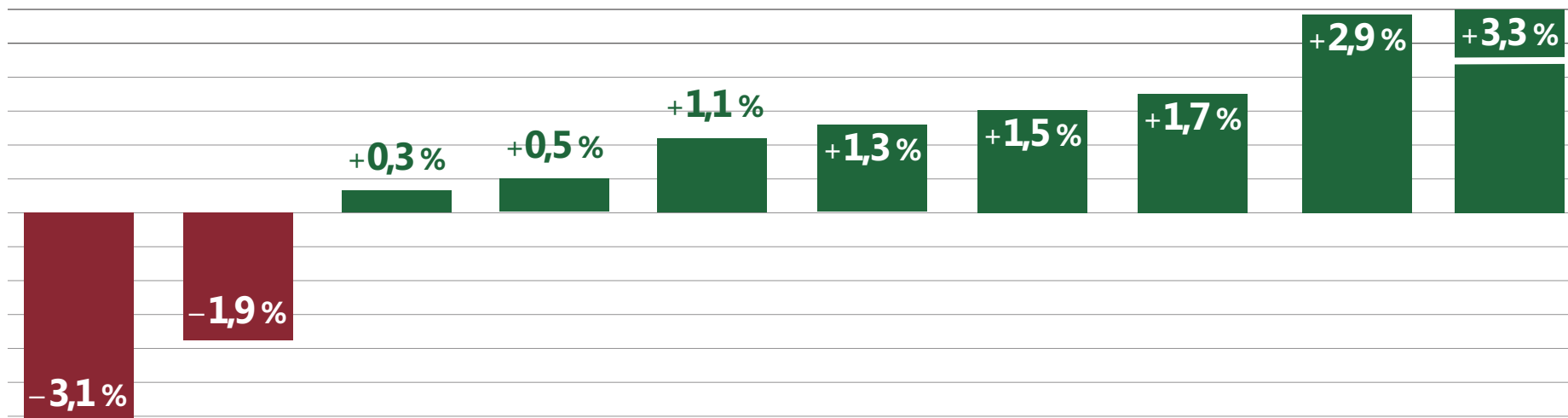
BRSA
Eaux

Frais non
laitier

Surgelés
Glaces

Moyenne volumes
PGC FLS

+ 0,7 %

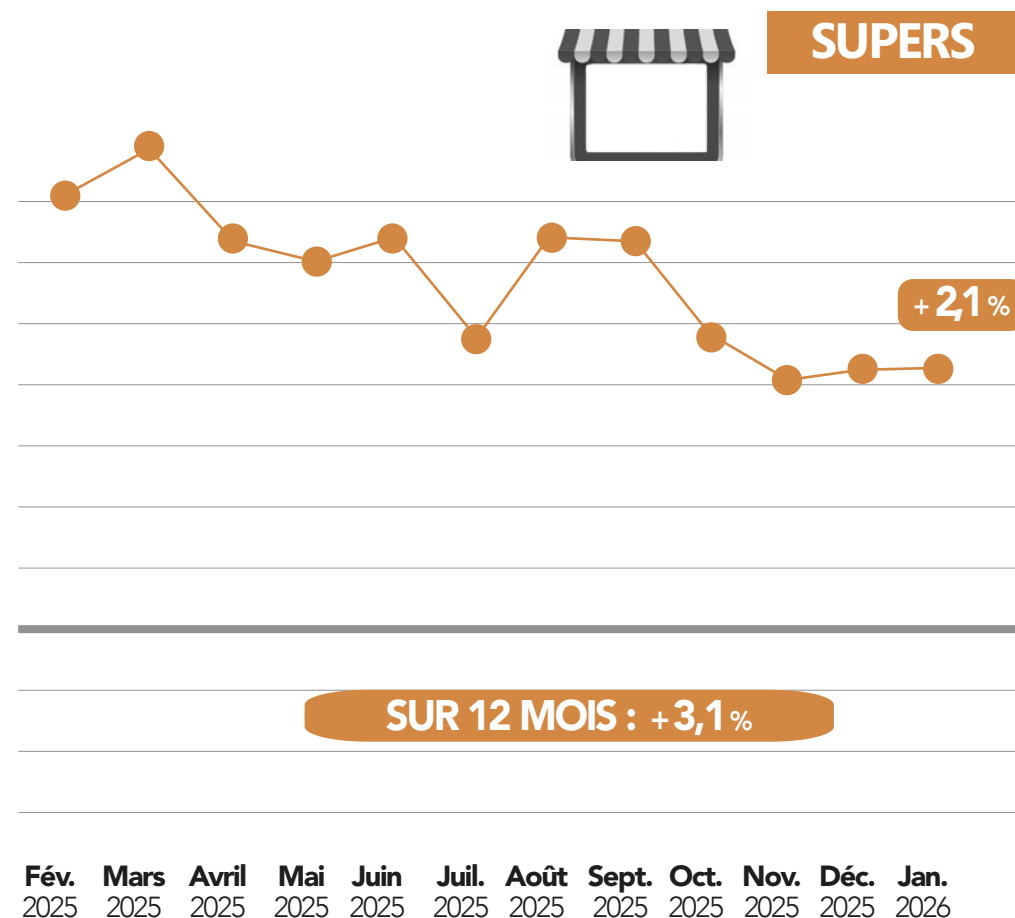
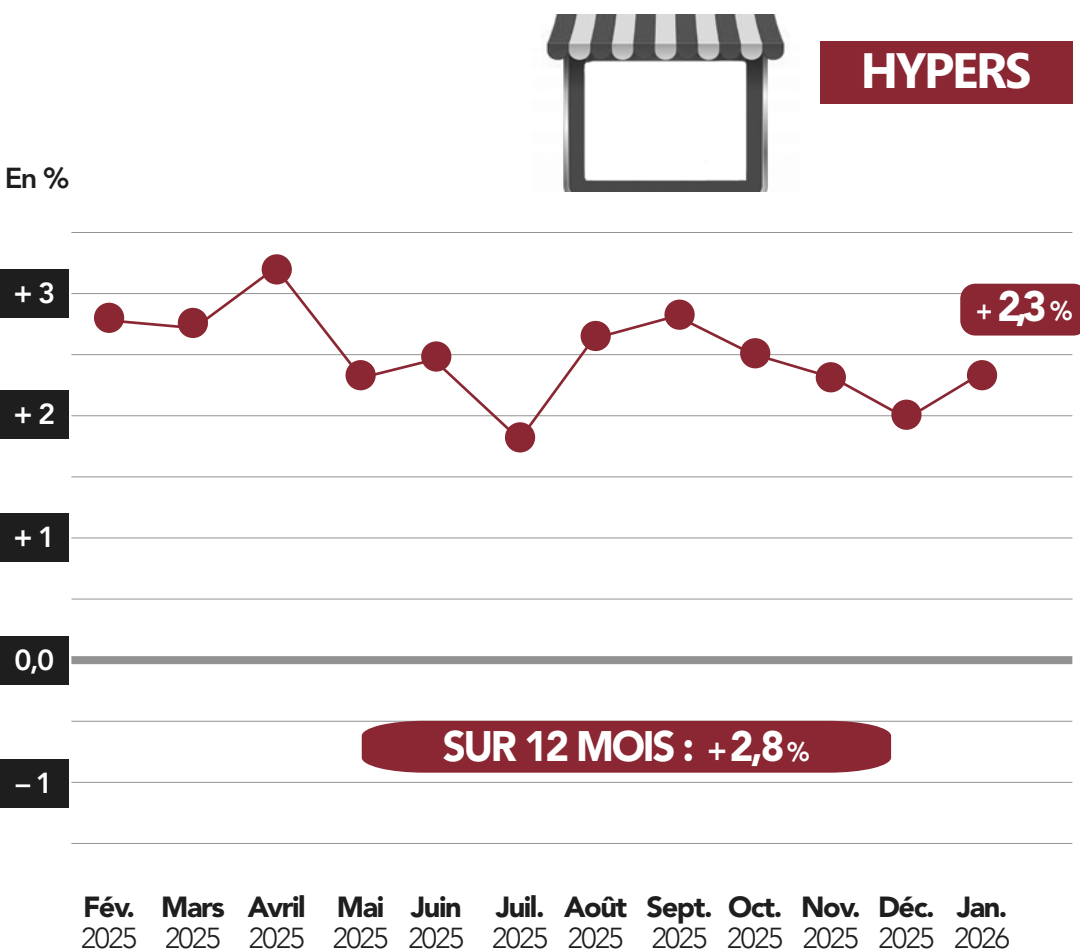


Évol CA



ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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

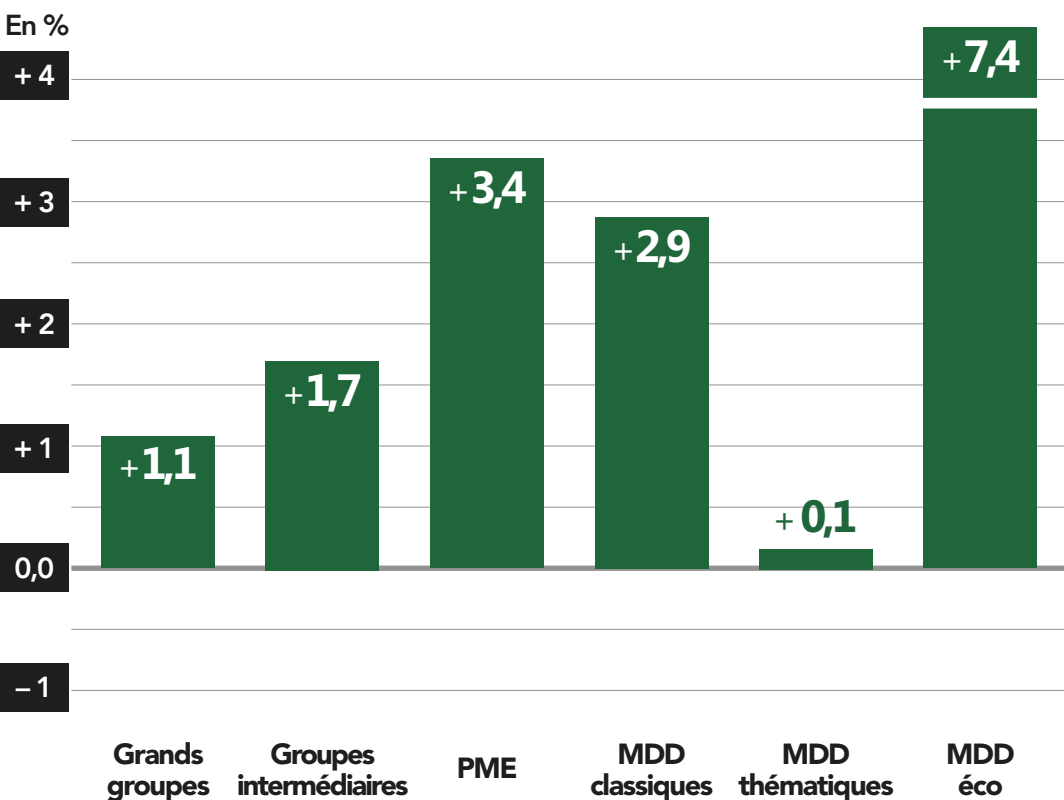


ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

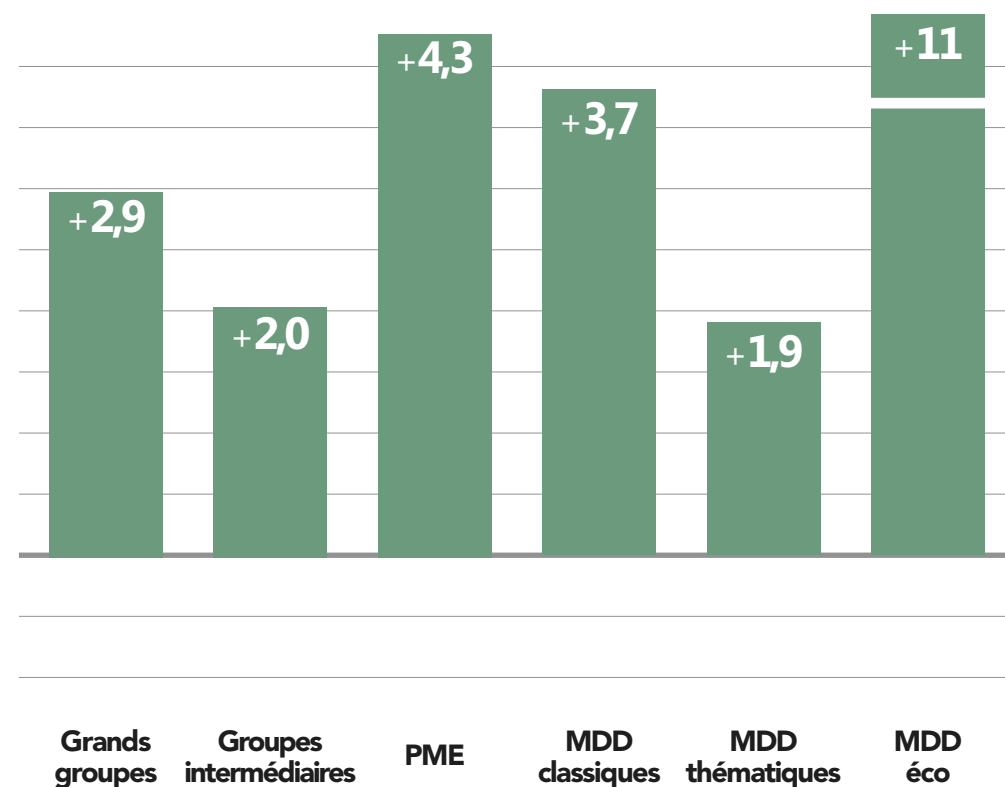
Evol. nombre d'EAN hebdo sur un an / mag – PGC FLS, HM SM, en %



JAN. 2026



CUMUL 2025

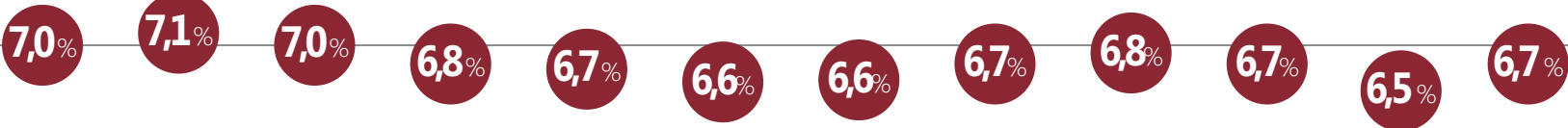


L'OFFRE ET LA DEMANDE **BIO**

Poids du bio, PGC Frais LS, tous circuits GSA

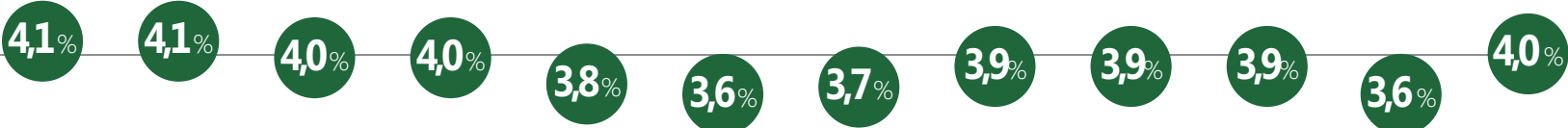


% de l'offre PGC / Frais LS bio



CUMUL 2025

% du CA PGC / Frais LS bio



OFFRE
(le bio dans les rayons)

6,8%

DEMANDE
(le bio dans les paniers)

3,9%

Février 2025 Mars 2025 Avril 2025 Mai 2025 Juin 2025 Juillet 2025 Août 2025 Sept. 2025 Oct. 2025 Nov. 2025 Déc. 2025 Jan. 2026

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P1 2026, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HM SM+SDMP+E-commerce+Proxi

MN
64,4 %

MDD
35,5 %

Grands
groupes
45,8 %

ETI
9,5 %

PME
7,5 %

TPE
1,7 %

Standard
29,6 %

Bio
1,8 %

Premium
2,0 %

1^{ers} prix
2,0 %

Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **3,4 %**

+ **3,0 %**

+ **3,8 %**

+ **11,0 %**

+ **3,5 %**

+ **1,3 %**

+ **1,2 %**

+ **4,2 %**

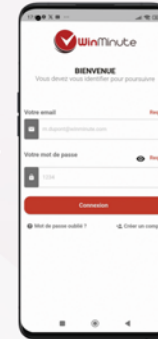
▶▶▶▶ Les communautés au service de votre performance ◀◀◀◀



WinMinuteConso

Crowdsourcing

- Store-checks - Visites mystère - Etudes conso / shopper
- **Couverture - Rapidité - Fiabilité**



WinMinutePro

Crowdselling

- Vente en Proxi - tirez profit du circuit le plus dynamique !
- **Adaptabilité - Réactivité - ROI**



ProChecking

- Faites seulement les visites qui comptent
- Déléguez à notre communauté les visites de store-check
- **Simple - Efficace - Rentable**



Des questions ? Besoin d'un devis gratuit ?

<http://www.winminute.com> <https://www.prochecking.com>



contact@winminute.com

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS



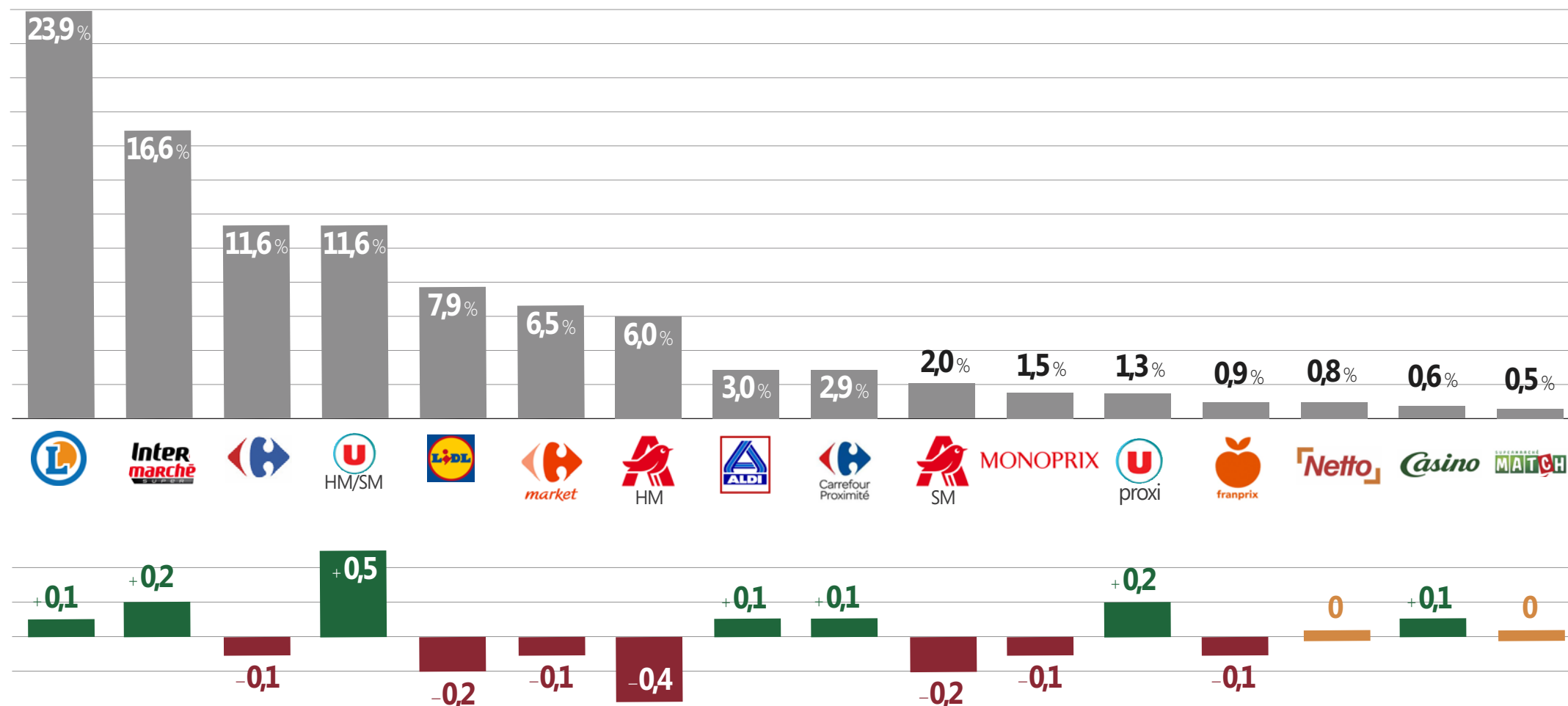
LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P1 2026 (PAR ENSEIGNE)

Worldpanel
by Numerator

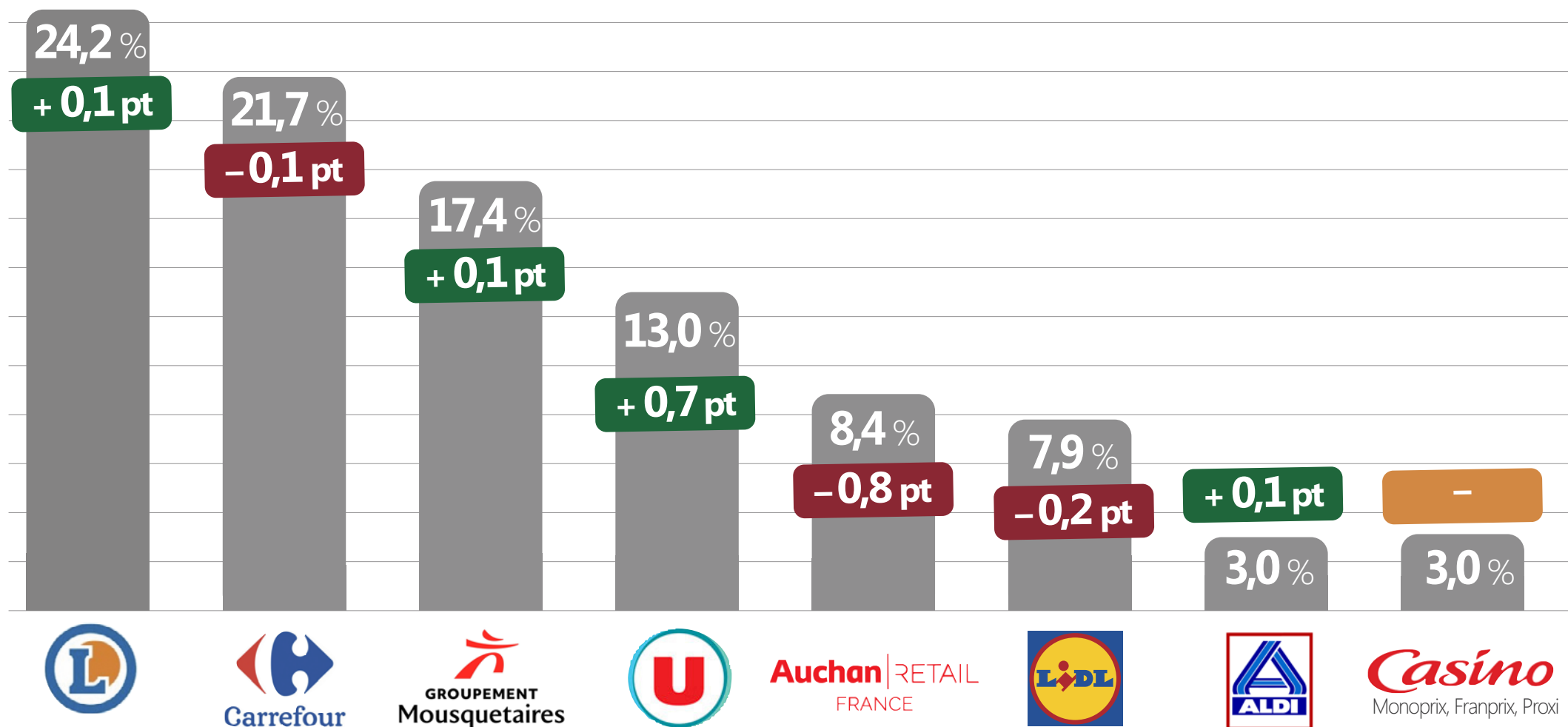
HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %. Évolution en pt de PDM vs N-1



PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P1 2026 (PAR GROUPE)

(HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %)

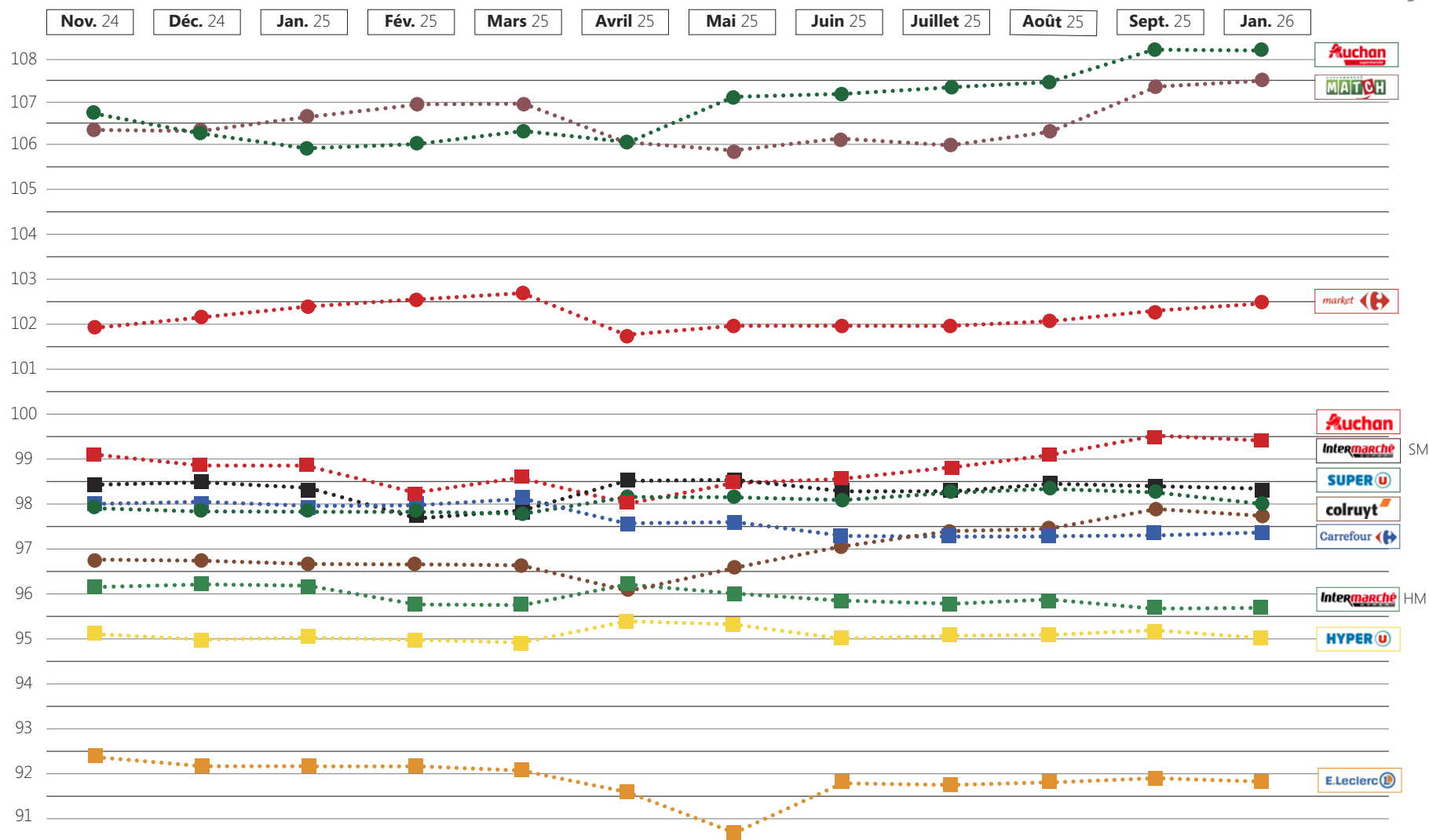
Worldpanel
by Numerator



DISTRI PRIX FÉVRIER 2026

L'indice des prix drive hypers/supers

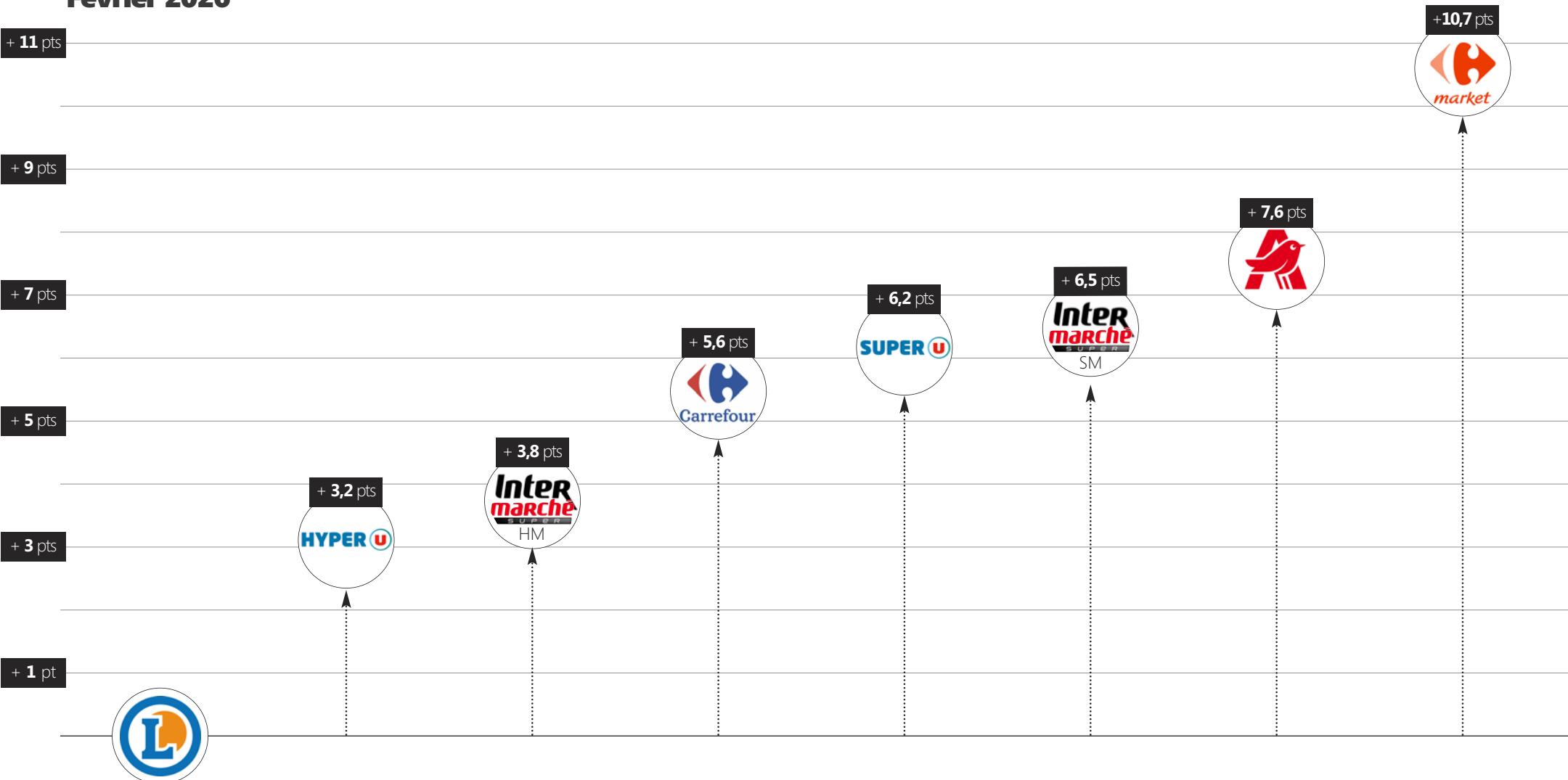
a3distrib
by NielsenIQ



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

Février 2026

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

L'INFLATION 2025 DU CAFÉ ARABICA

Prix relevés en drives, de janvier 2025 à janvier 2026

2 x 250 g



Intermarché
SUPER

4,68 €

+ 60%

7,51 €

a3distrib
by NielsenIQ



2,86 €

+ 35%

3,85 €

Paquet 250 g

Carrefour



2,58 €

+ 38%

3,57 €

Paquet 250 g

E.Leclerc



2,59 €

+ 38%

3,58 €

Paquet 250 g

+ 44%

4,28 €

6,16 €



Paquet 250 g



3,03 €

+ 24%

3,77 €

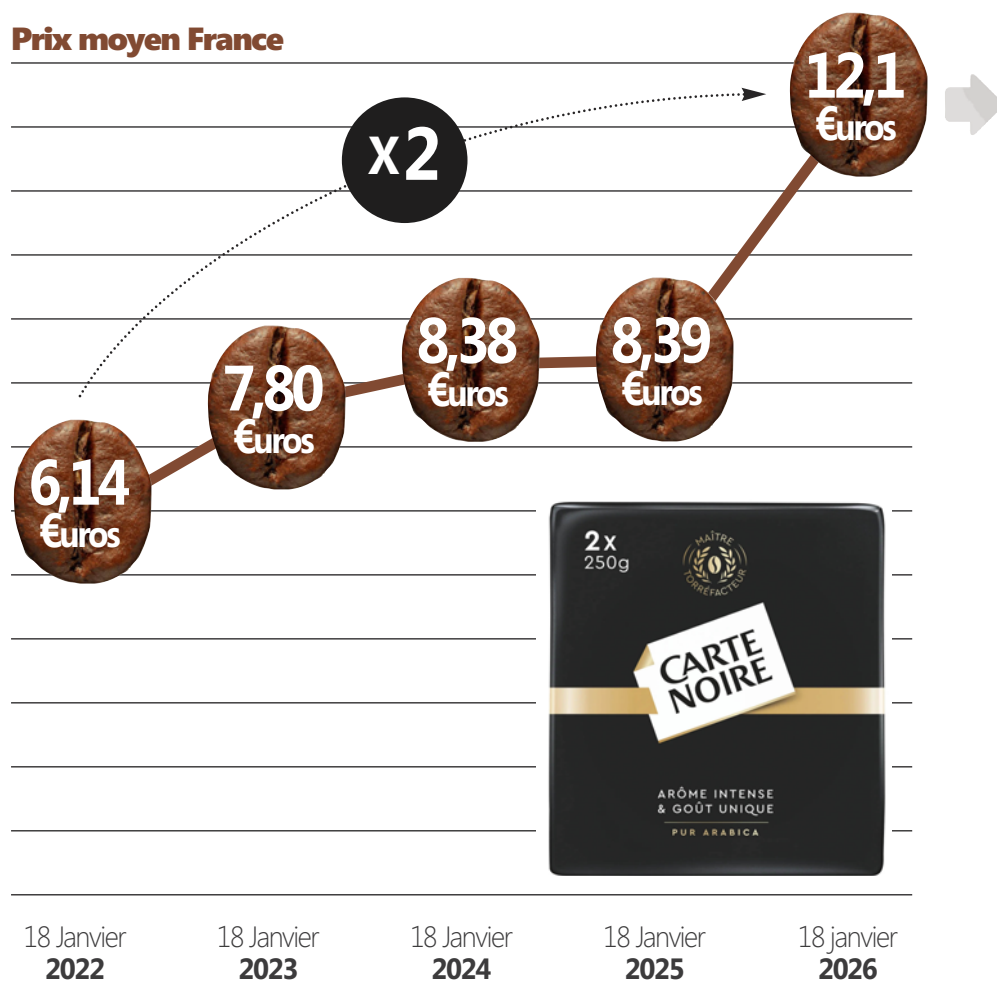


Paquet 250 g

L'INFLATION DU CAFÉ CARTE NOIRE

Prix relevés en drives (d'hypers, supers et proxi) **bi-pack 2x250 g,**

Prix moyen France

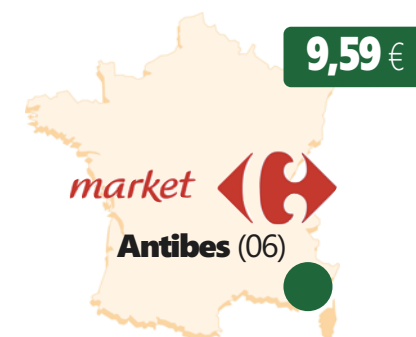


Prix moyen le 18 janvier

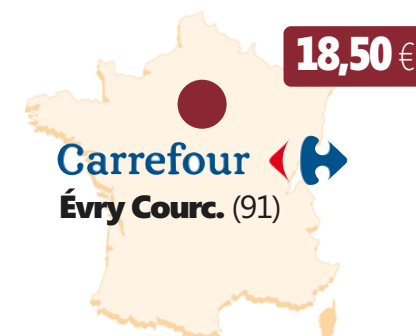
E.Leclerc	11,43 €
Auchan	11,70 €
Intermarché	11,79 €
SUPERMARCHÉ MATCH	11,79 €
market	11,83 €
Carrefour	11,84 €
HYPER U	11,89 €
SUPER U	12,00 €
Auchan supermarché	12,51 €
MONOPRIX	13,09 €

a3distrib by NielsenIQ

Le - CHER (hypers/supers)



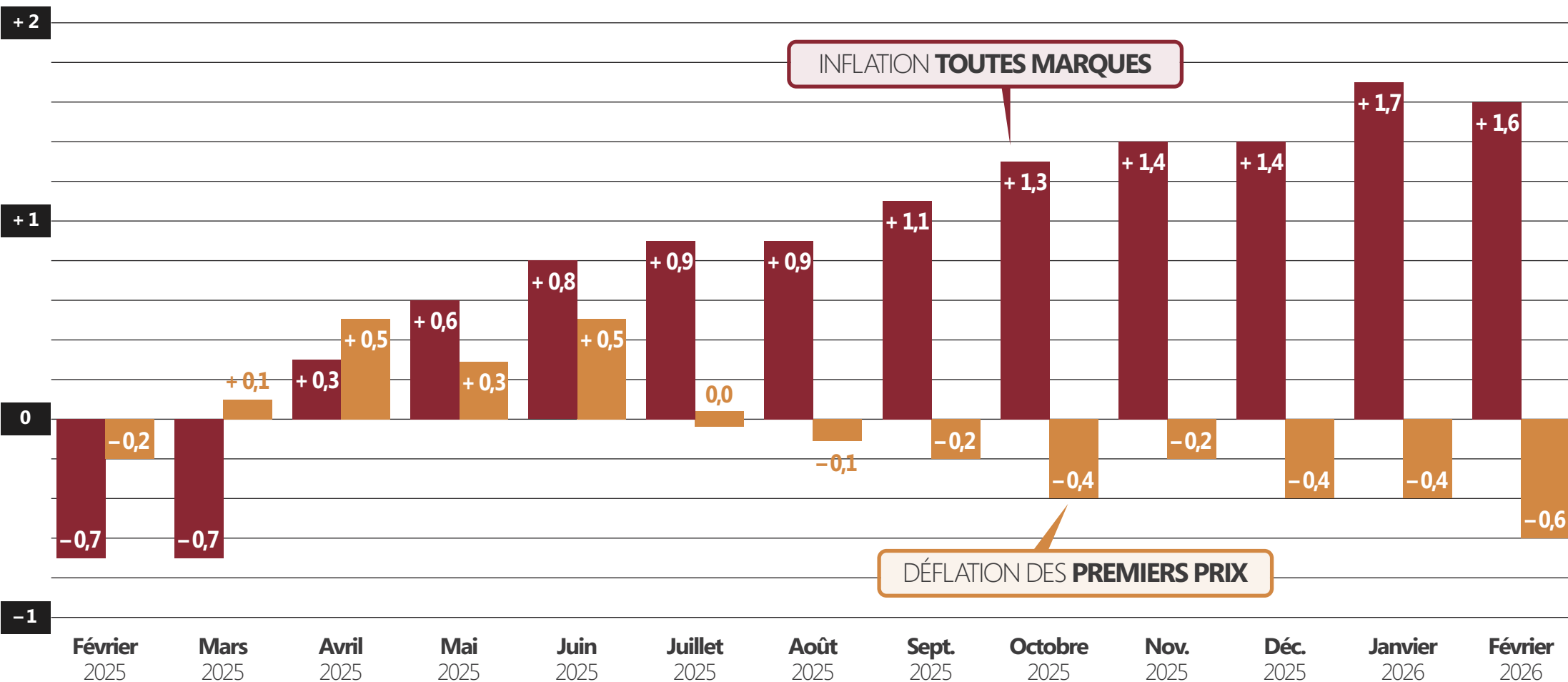
Le + CHER (hypers/supers)



L'INFLATION / DÉFLATION DES PREMIERS PRIX

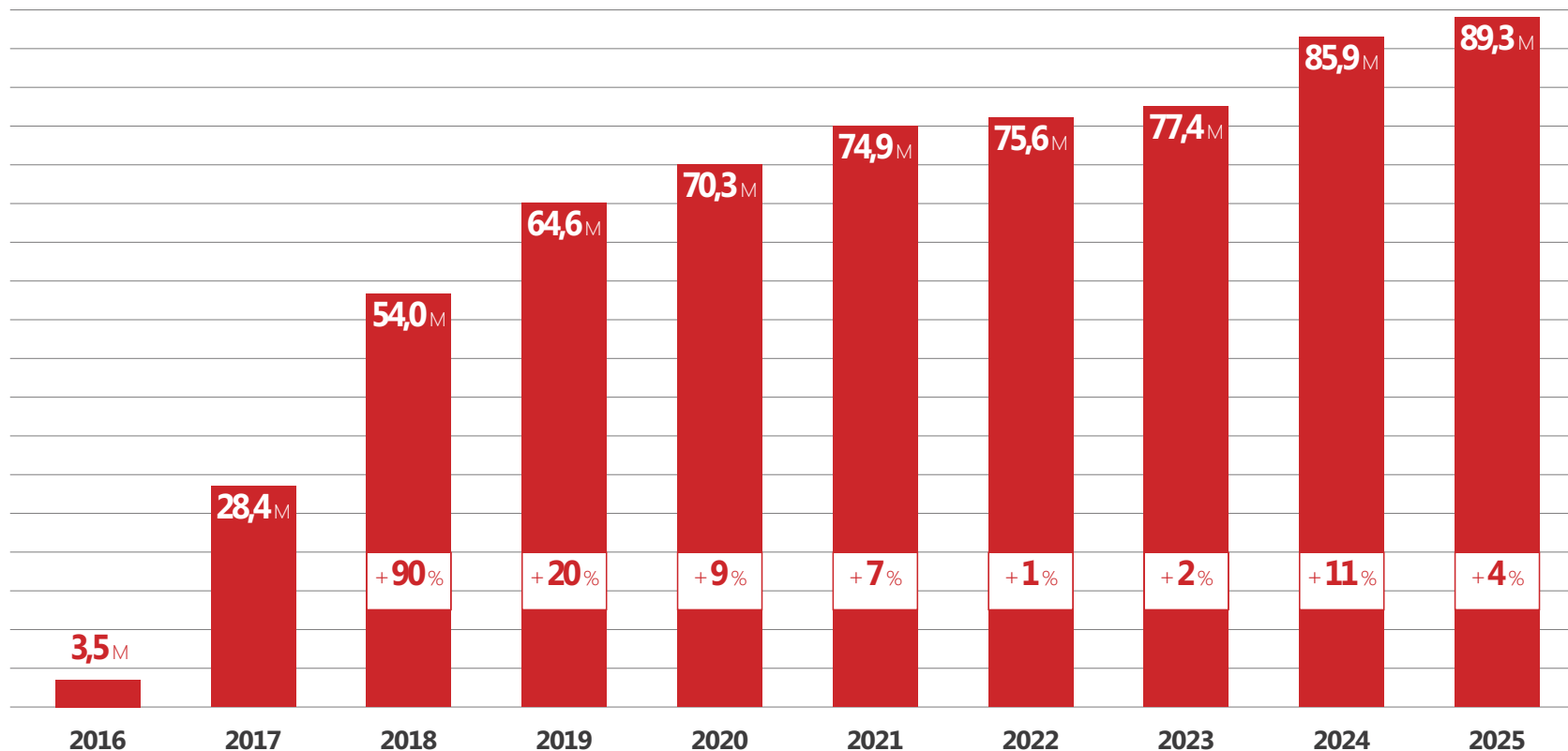


> Inflation à un an (hypers / supers / proxi / drives) En %



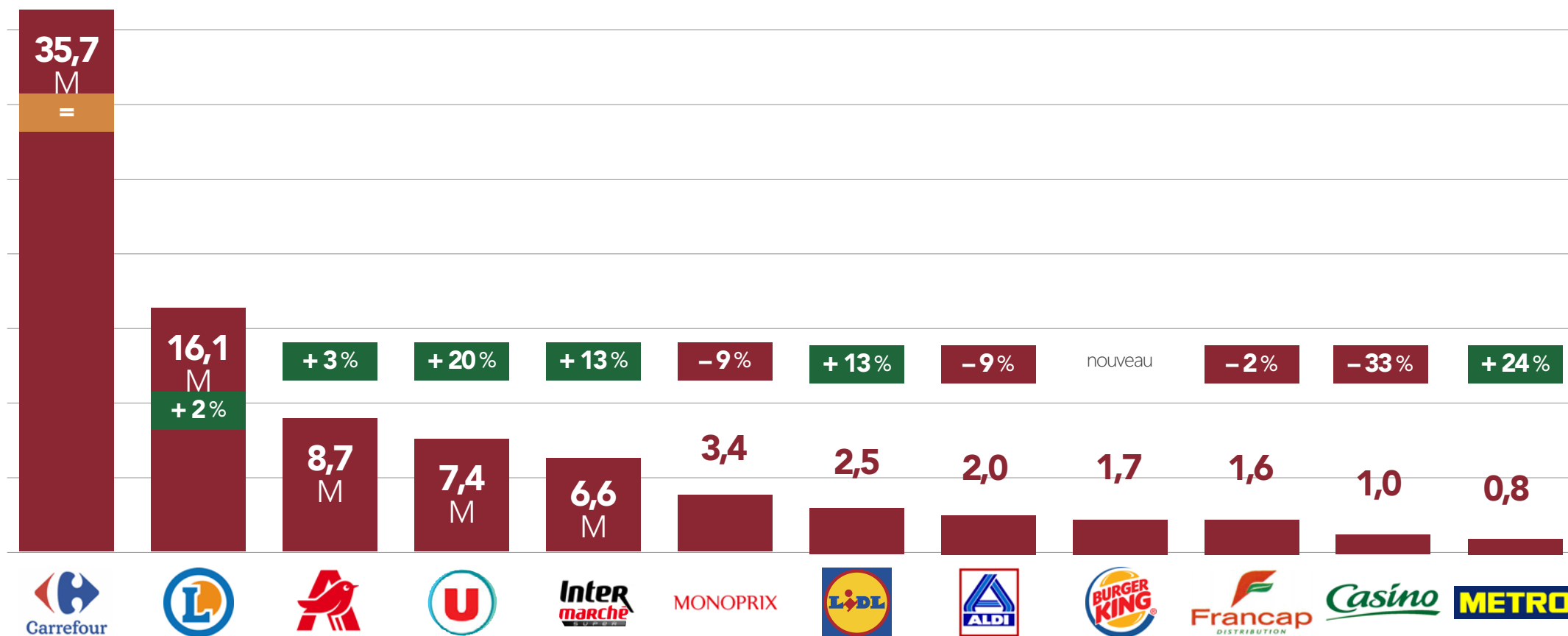
LES VENTES DE PRODUITS C'EST QUI LE PATRON ?

[En millions d'UVC, tous circuits]



QUI VEND LE + DE PRODUITS C'EST QUI LE PATRON ?

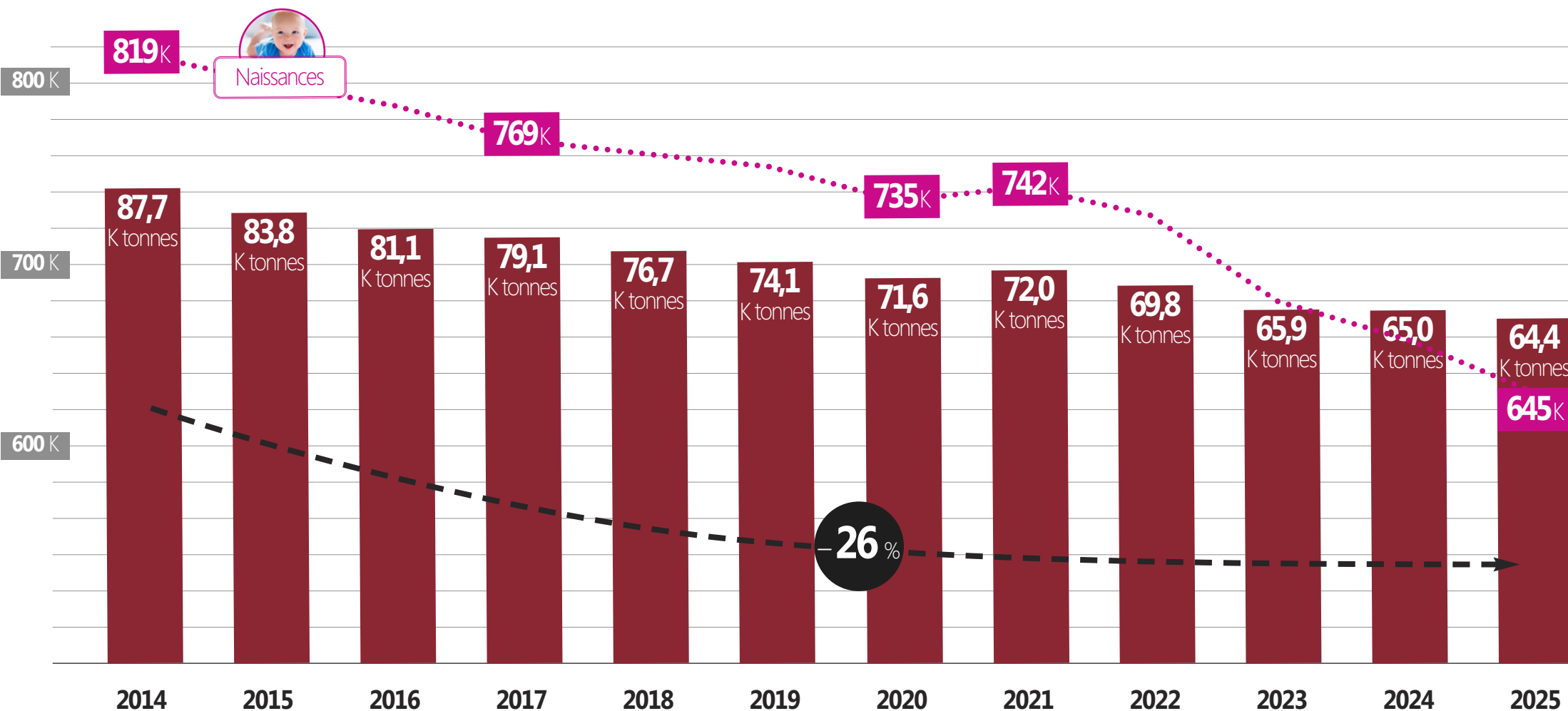
[Le top 12 / en millions d'UVC, tous circuits]



LES VENTES DE LAIT MATERNISÉ EN GRANDES SURFACES



Ventes en volumes



LE TOP 10 DES MARQUES LES + PRÉSENTES EN DRIVE

> T4 2025, en nombre de références moyen par drive

Il y a en moyenne
87 références Blédina
par site drive

blédina

Ducros

63

2

87

1

PANZANI

60

3

a3distrib
by NielsenIQ



58



54



52



51



51



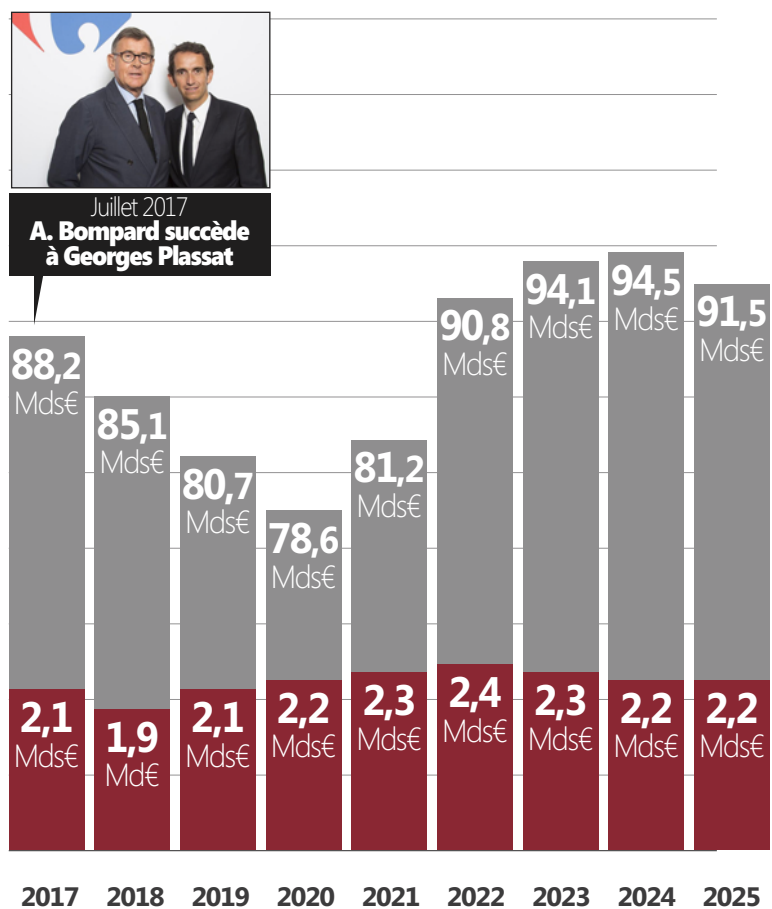
47



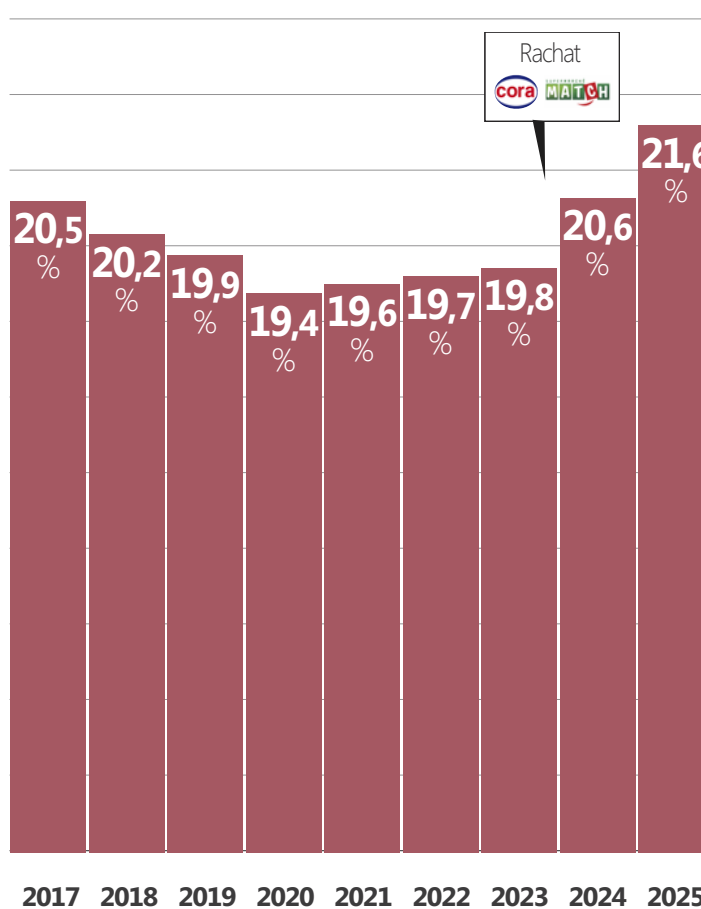
45

CARREFOUR DE 2017 (ARRIVÉE D'ALEXANDRE BOMPARD) À 2026

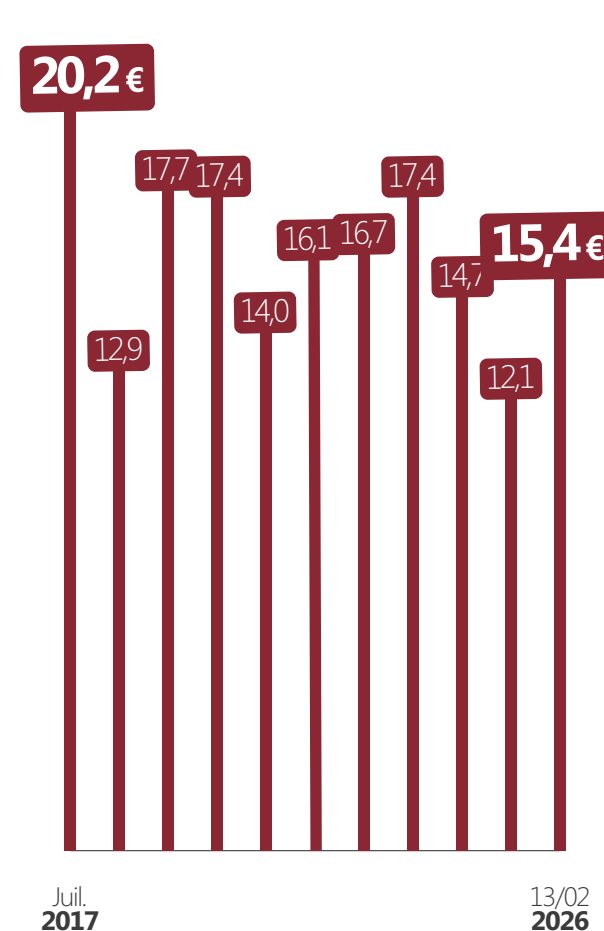
> Chiffre d'affaires total groupe (TTC)
et **résultat opérationnel courant**



> Parts de marché PGC Frais LS (en CAM, Worldpanel)



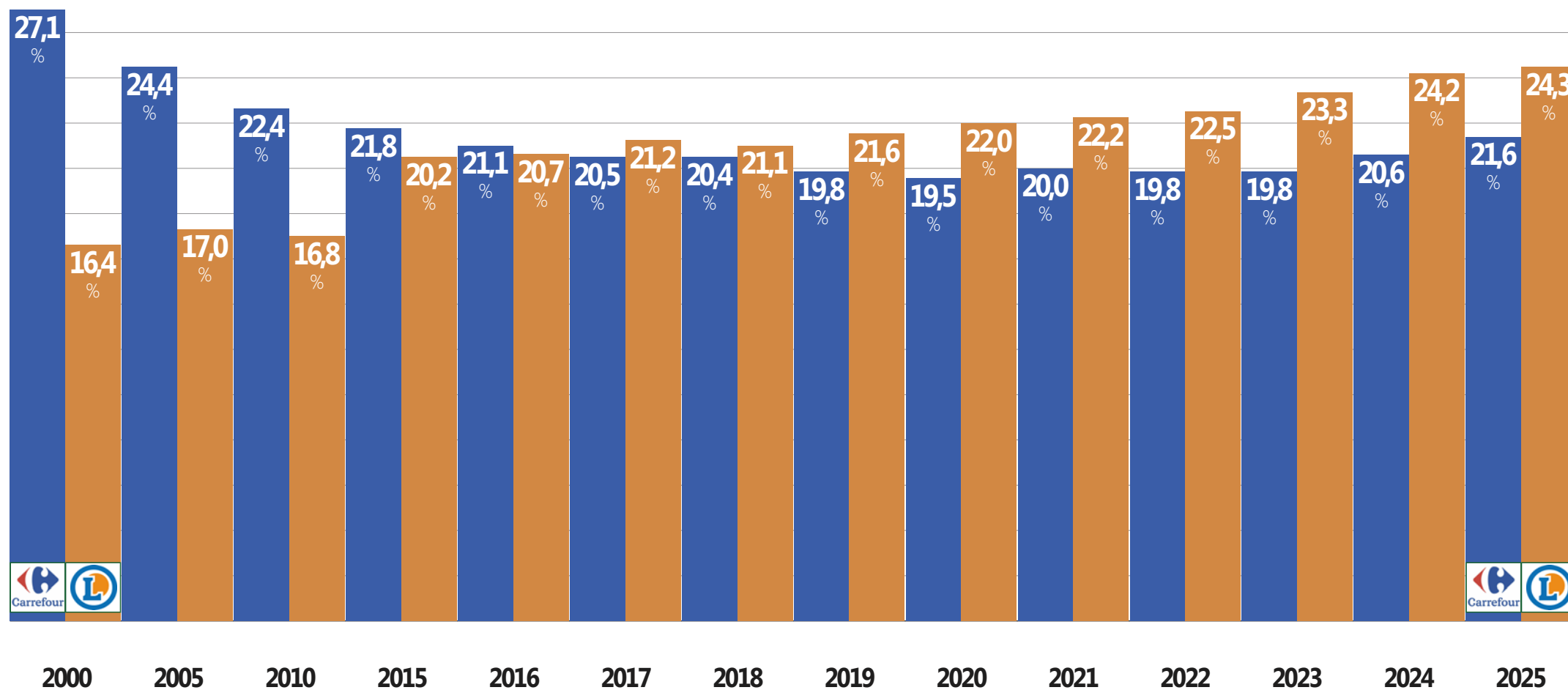
> Cours de l'action en bourse
(en juillet de chaque année et 13/02/26)



PARTS DE MARCHÉ : LE DUEL CARREFOUR / LECLERC (DEPUIS 2000)

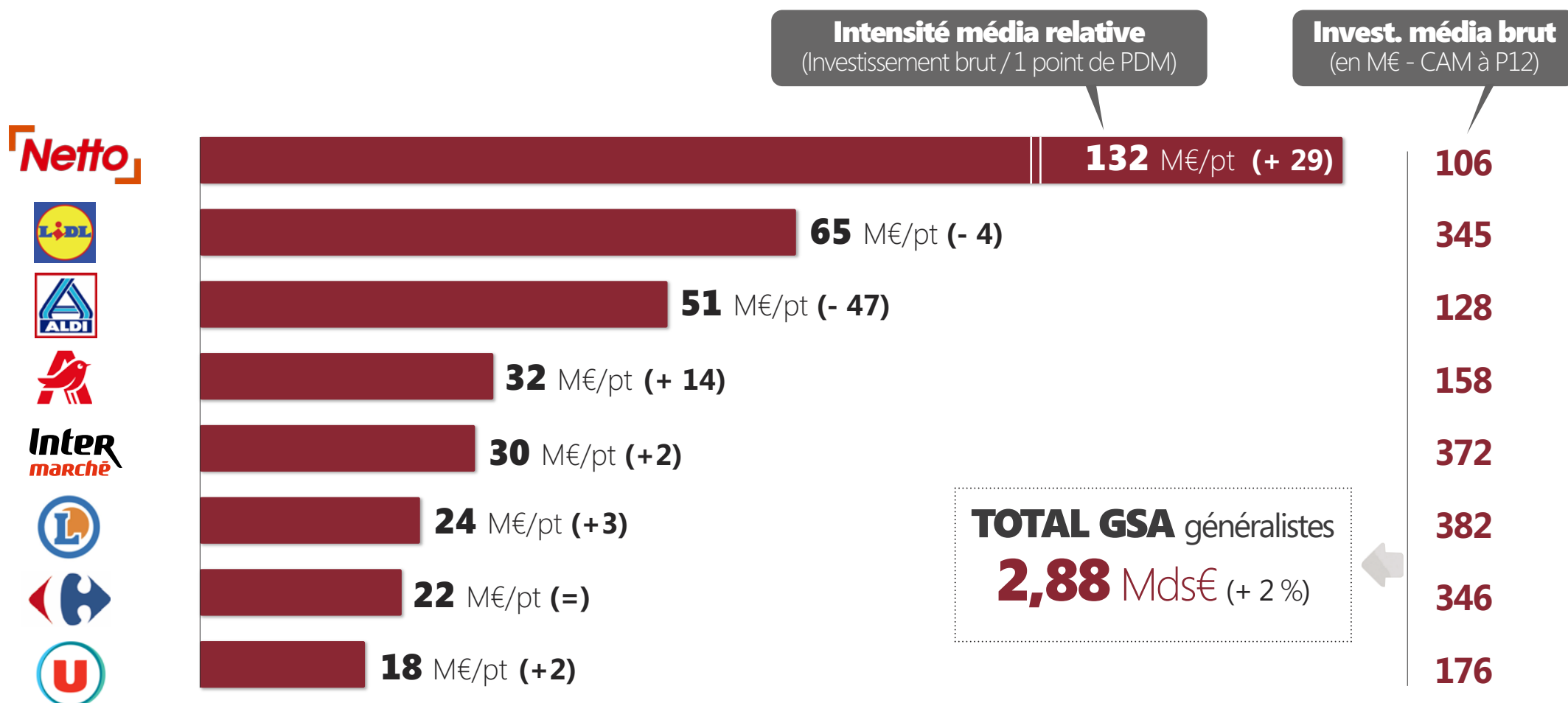
Worldpanel
by Numerator

en %, parts de marché PGC Frais LS



NETTO INVESTIT QUATRE À CINQ FOIS PLUS QUE LA "NORME"

Worldpanel
by Numerator



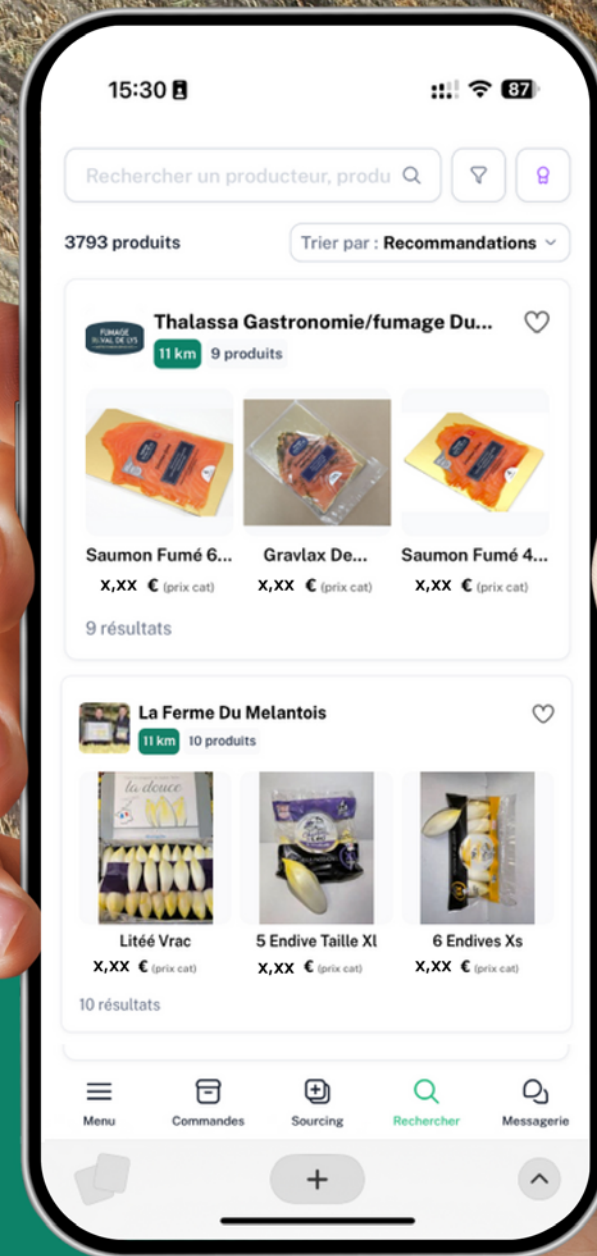
Données non représentatives pour les enseignes de Casino et pour Match (investissements trop faibles)

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



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