

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Mai 2026

➔ **LE MARCHÉ**

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

éditions
DAUVERS

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

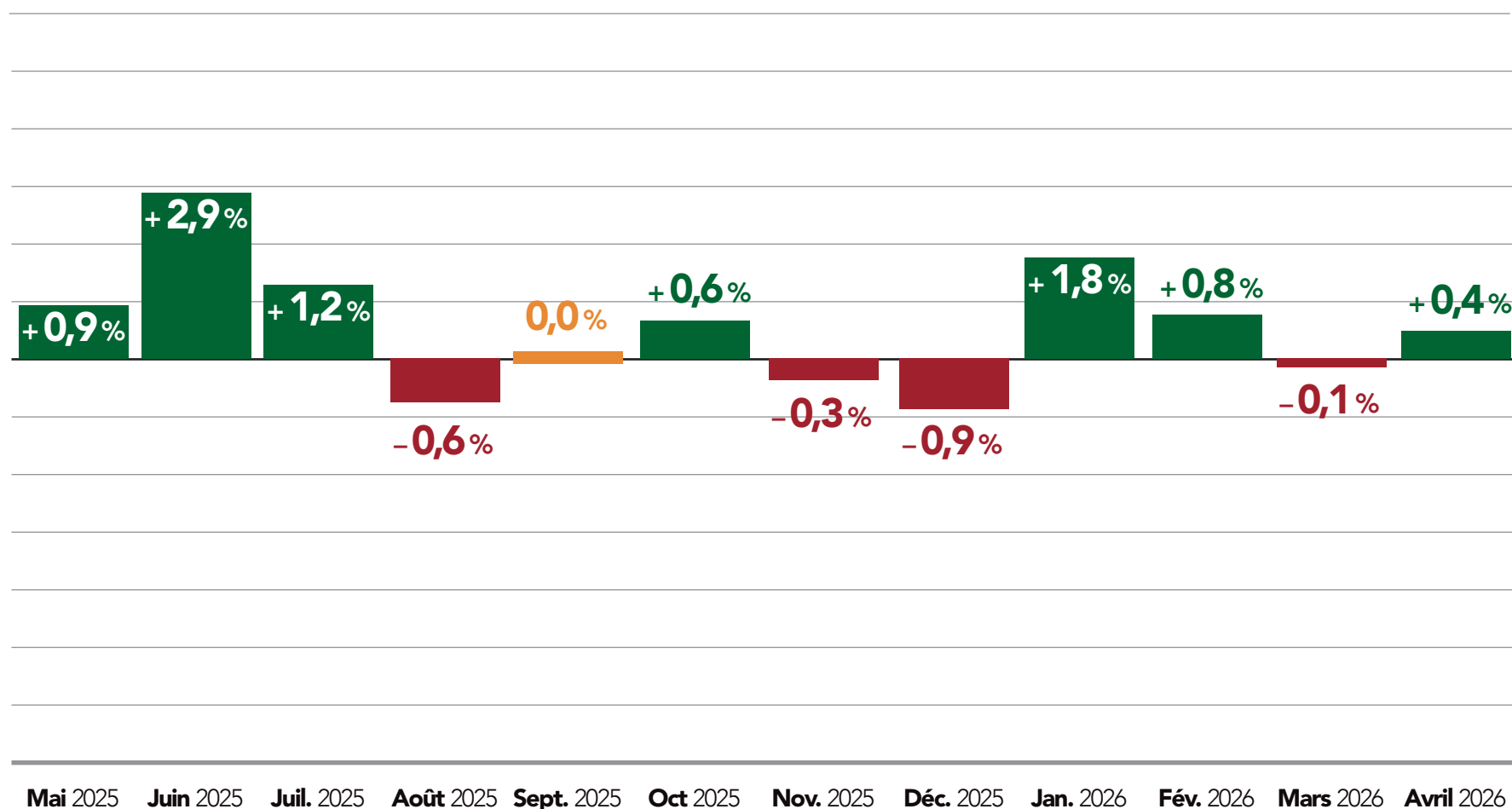
GRANDE CONSO



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

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2026

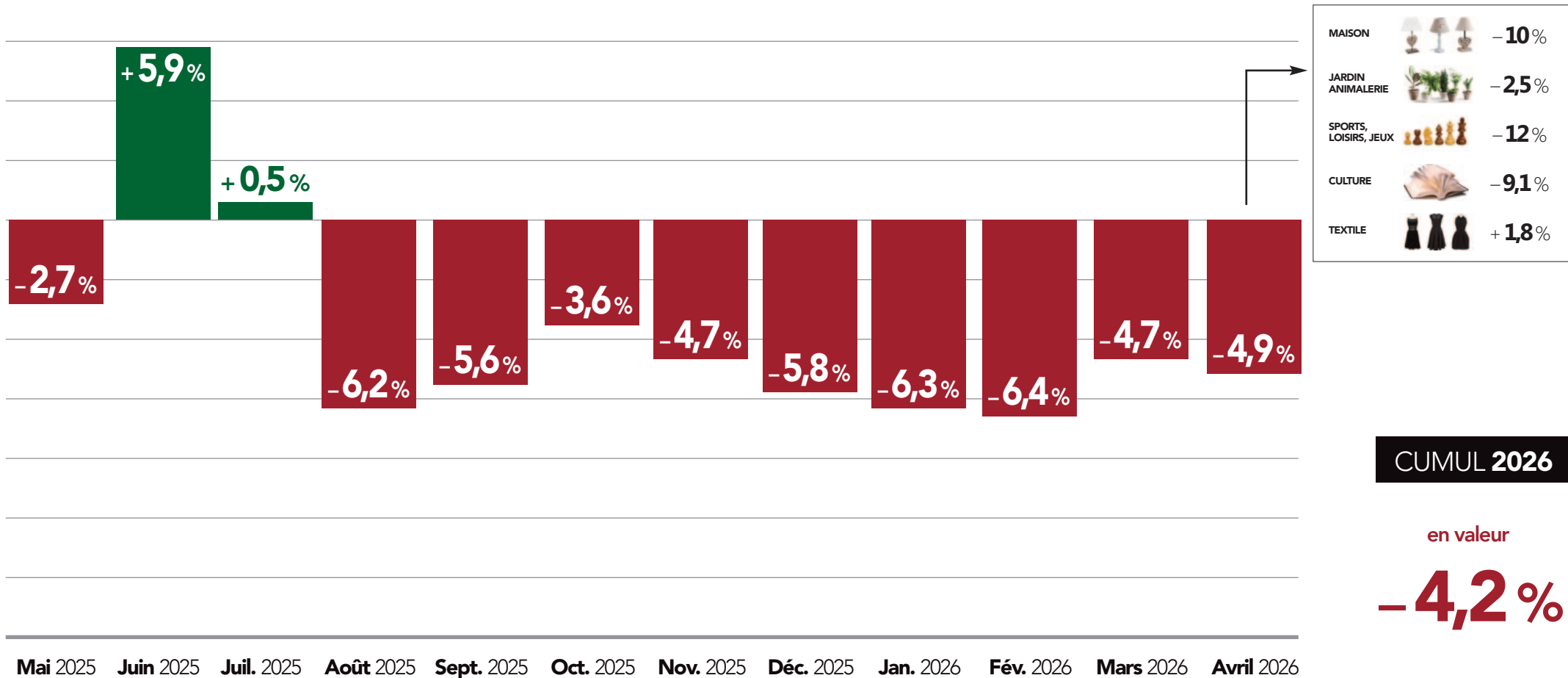
en valeur

+ 1,0%

ÉVOLUTION DU CA **NON-ALIMENTAIRE**



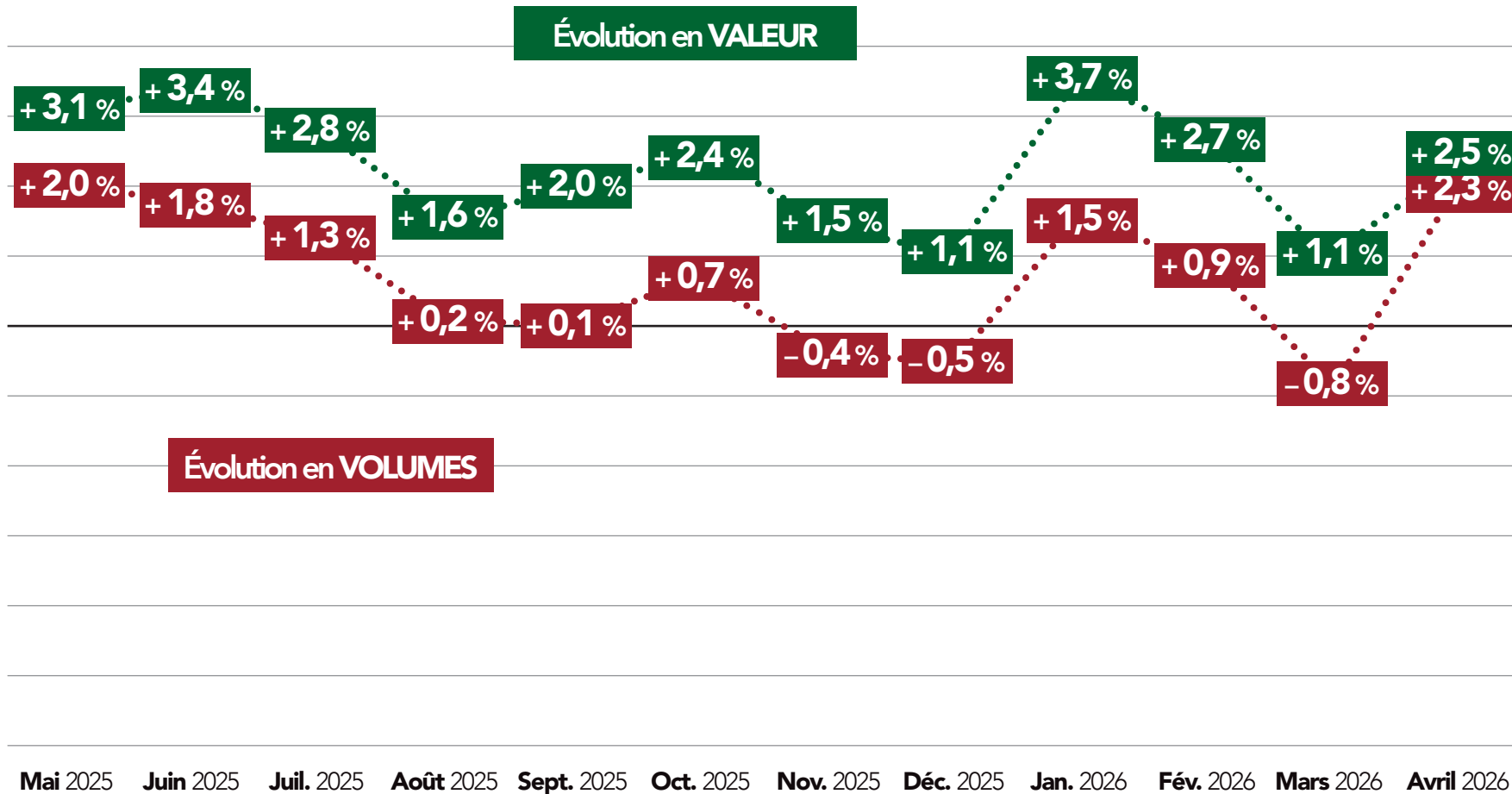
Hypers supers e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS



En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2026

en valeur

+ 2,4%

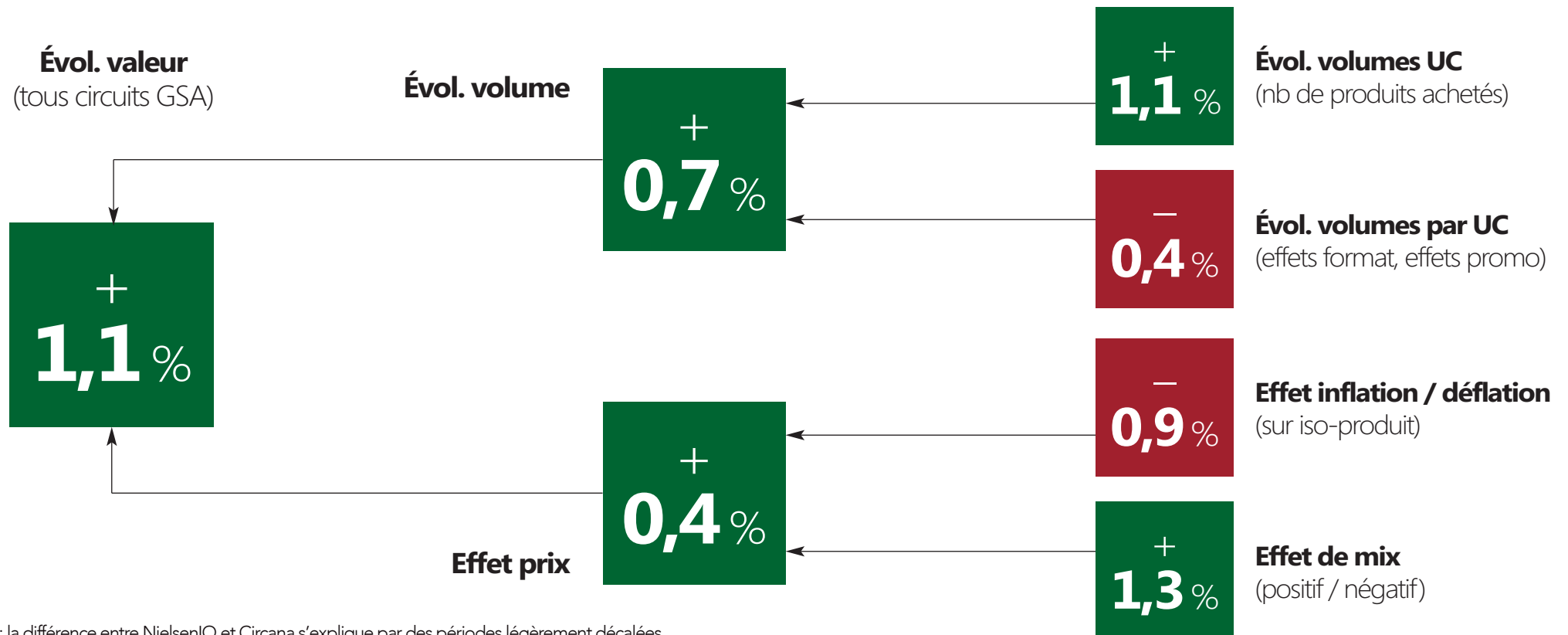
en volumes

+ 0,9%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

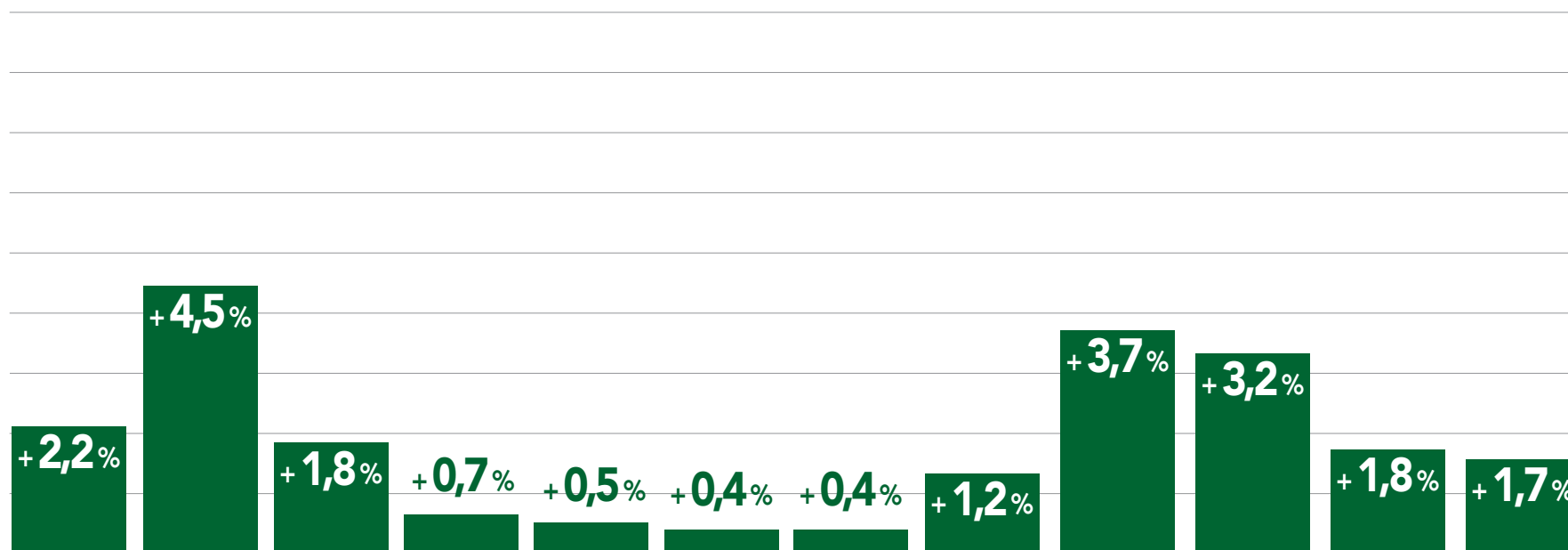
Sur un mois / P4 2026, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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 2026

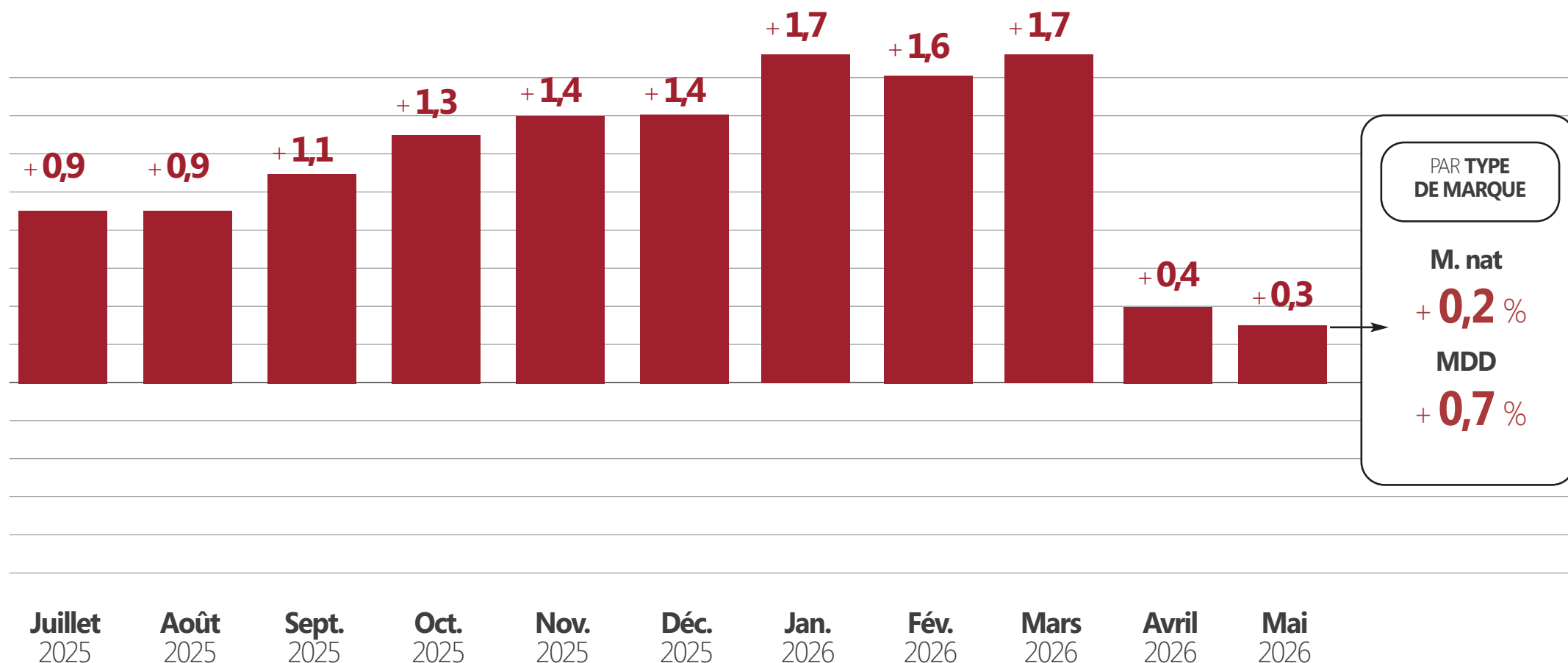
en valeur

+ 2,6%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



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

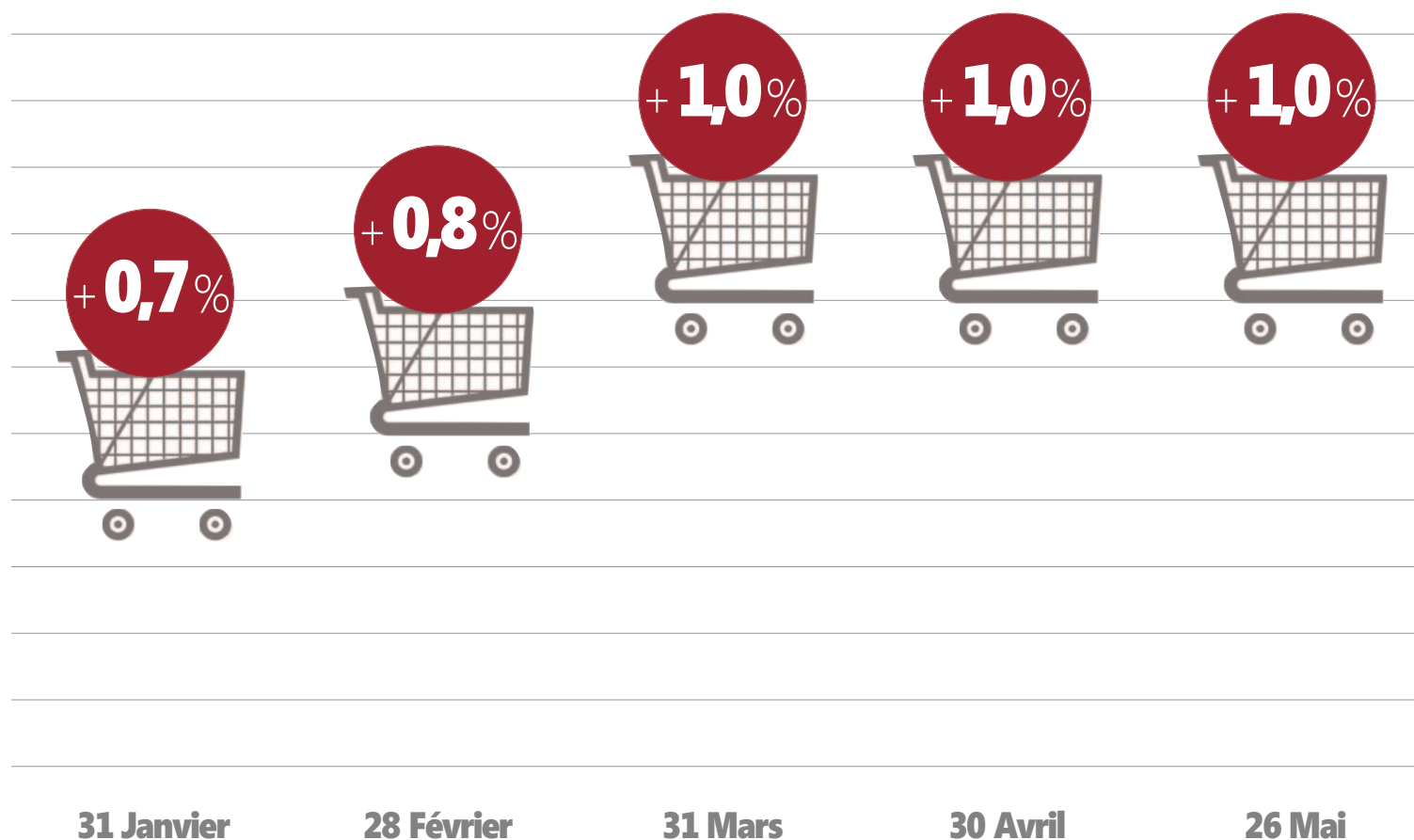


L'INFLATION BASE 2025 D'UN PANIER DE 150 "STARS" DE L'ALIMENTAIRE

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevés sur 7 000 drives,

Inflation vs 1^{er} janvier 2026 sur un panier de 150 références TOP MARQUES ALIMENTAIRES



> Les hausses les + marquantes (vs 1^{er} jan)



+14%

Excellence noir intense 100 g



+12%

Carte d'Or vanille



+10%

Nutella kilo

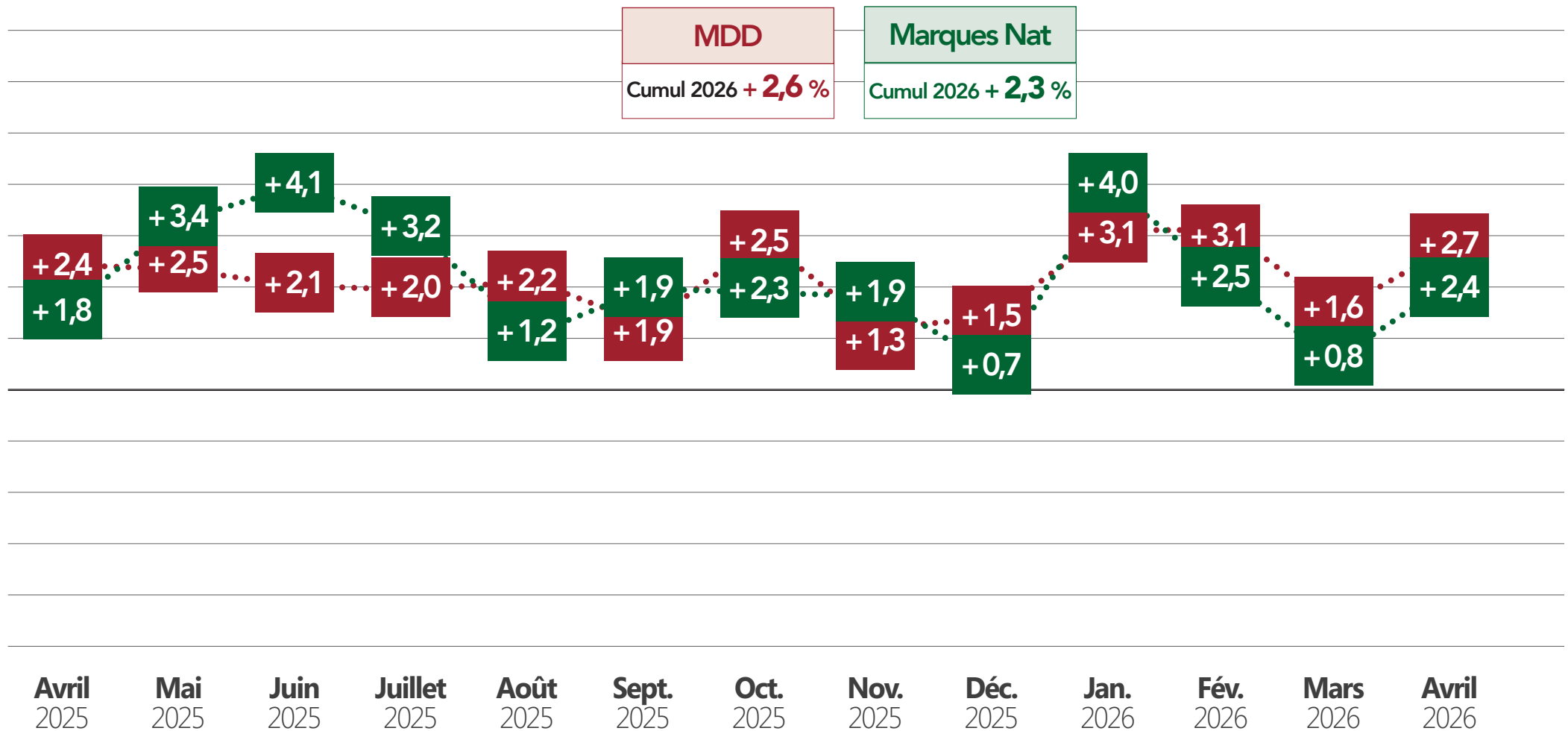


+9%

Panzani bolognaise 400 g

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

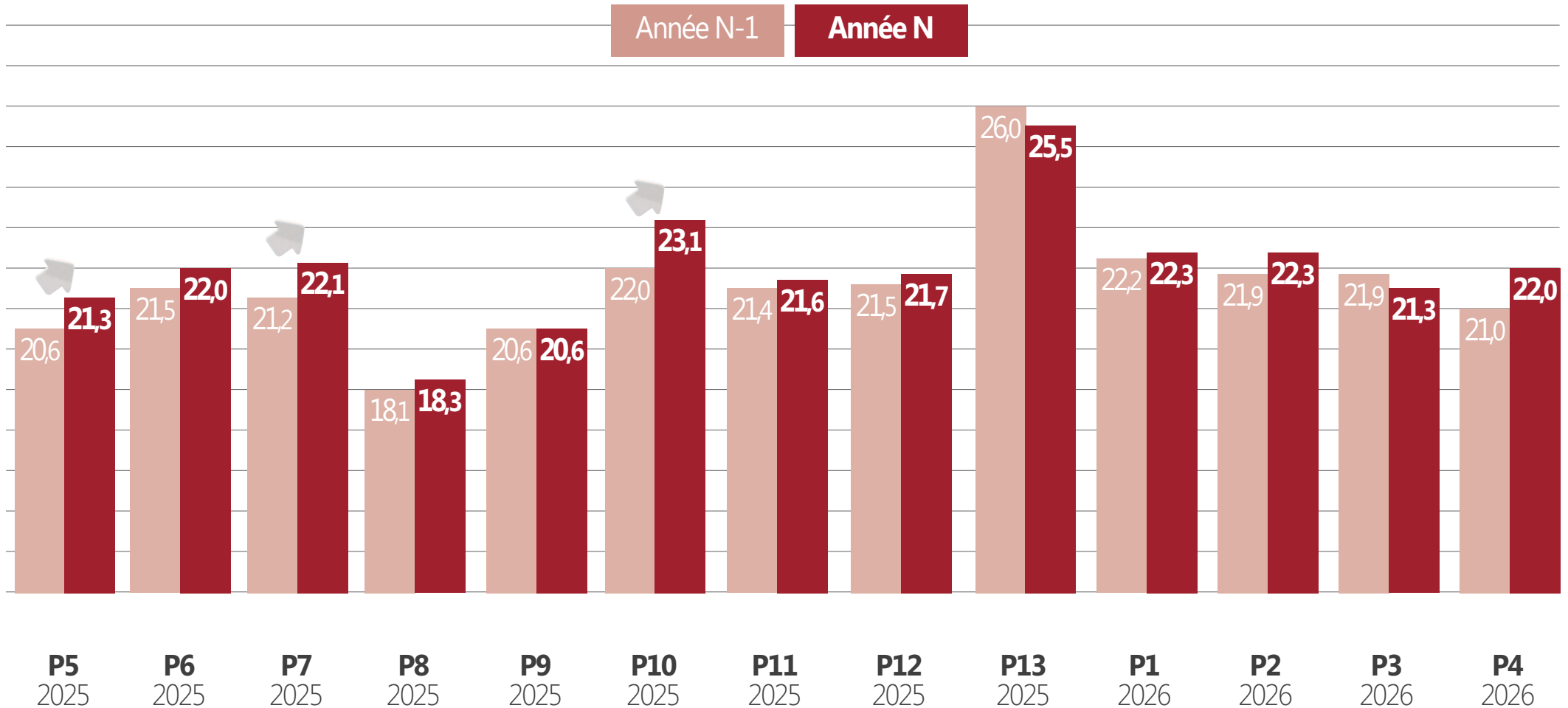
Sur PGC Frais LS, **en valeur**, tous circuits



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

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



A large, dark, circular frame containing a silhouette of a person standing on a hill, looking up at a starry night sky. The text "WORLD OF VALUES" is overlaid on the sky.

WORLD OF VALUES

Avant toutes nos innovations,
tous nos accomplissements, et toutes conceptions
de nos meubles frigorifiques, il y ad'abord nos valeurs.
Nos valeurs sont à la fois notre point de départ
et notre direction : Vision, Inspiration, Evolution et Service.
Depuis 1963, elles sont la boussole
qui guide nos voyages dans le monde entier.
Elles orientent chacun de nos choix,
et font naître chaque nouvelle idée.

Ensemble, nous construisons le futur de la Distribution.

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P4 2026

NielsenIQ

% des ventes sur PGC Frais LS

VALEUR



HYPER

HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²



SUPER

SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



PROXI

Urbaine

Rurale



SDMP
(Discount)



Drive

LAD

- **0,9** %

+ **0,1** %

+ **0,3** %

- **3,1** %

+ **4,2** %

+ **8,0** %

+ **1,9** %

+ **5,4** %

+ **19** %

Évol
du CA

15,5 %

19,4 %

34,9 %

20,2 %

10,4 %

30,6 %

7,4 %

2,9 %

10,3 %

14,3 %

8,4 %

1,3 %

9,7 %

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P4 2026

NielsenIQ

% des ventes sur PGC Frais LS

VALEUR



HYPER

HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-0,4%

+1,9%

15,8%

19,7%

35,5%



SUPER

SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+2,4%

-1,9%

20,3%

10,6%

30,9%



PROXI

Urbaine

Rurale

+5,1%

+6,6%

7,3%

2,9%

10,2%



SDMP
(Discount)

+3,1%

14,0%



Drive

LAD

+6,1%

+7,2%

8,2%

1,2%

9,4%

Évol
du CA

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P4 2026

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-1,8%

+0,1%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+0,3%

-3,0%



Urbaine

Rurale

+4,3%

+8,5%



SDMP
(Discount)

+2,4%



Drive

LAD

+5,3%

+24%

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P4 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

-1,2%

+1,6%

+1,7%

-2,3%

+4,7%

+5,8%

+2,1%

+5,5%

+3,6%

Évol
des
volumes

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

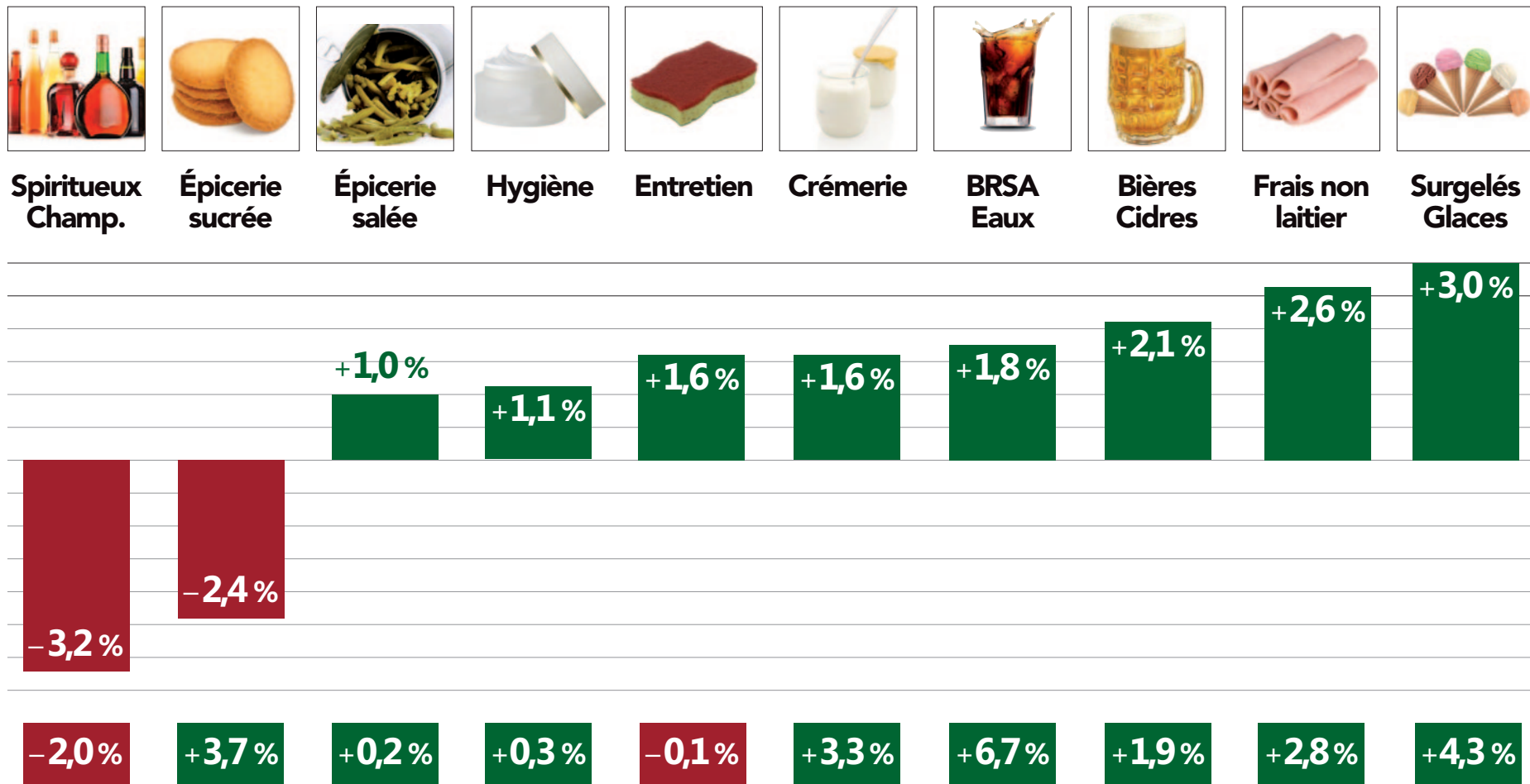
LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



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

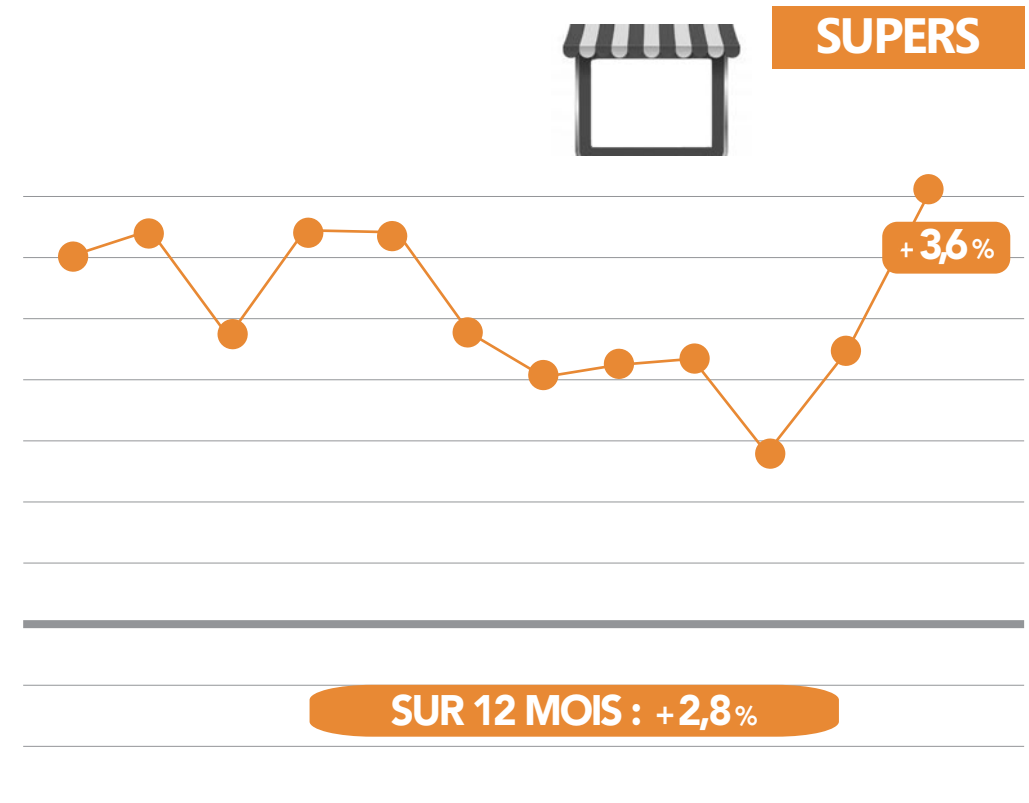
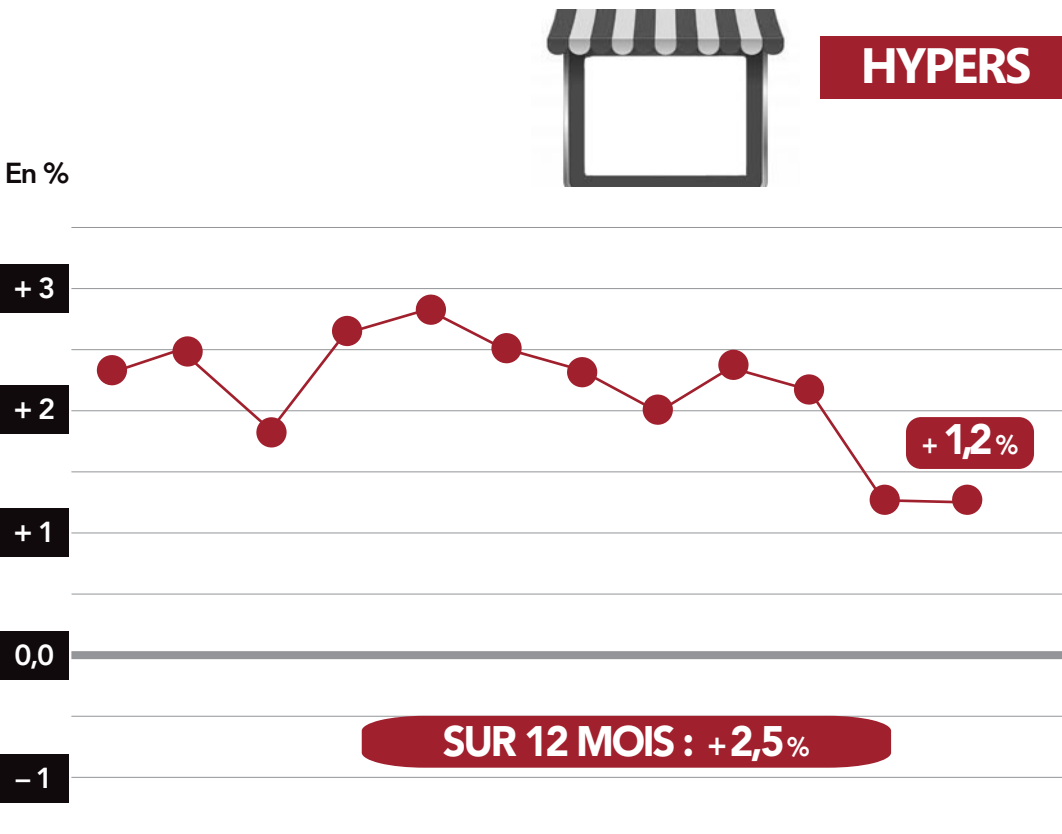


Moyenne volumes
PGC FLS
+ 0,8%

Évol CA

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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



Mai 2025 Juin 2025 Juil. 2025 Août 2025 Sept. 2025 Oct. 2025 Nov. 2025 Déc. 2025 Jan. 2026 Fév. 2026 Mars 2026 Avril 2026

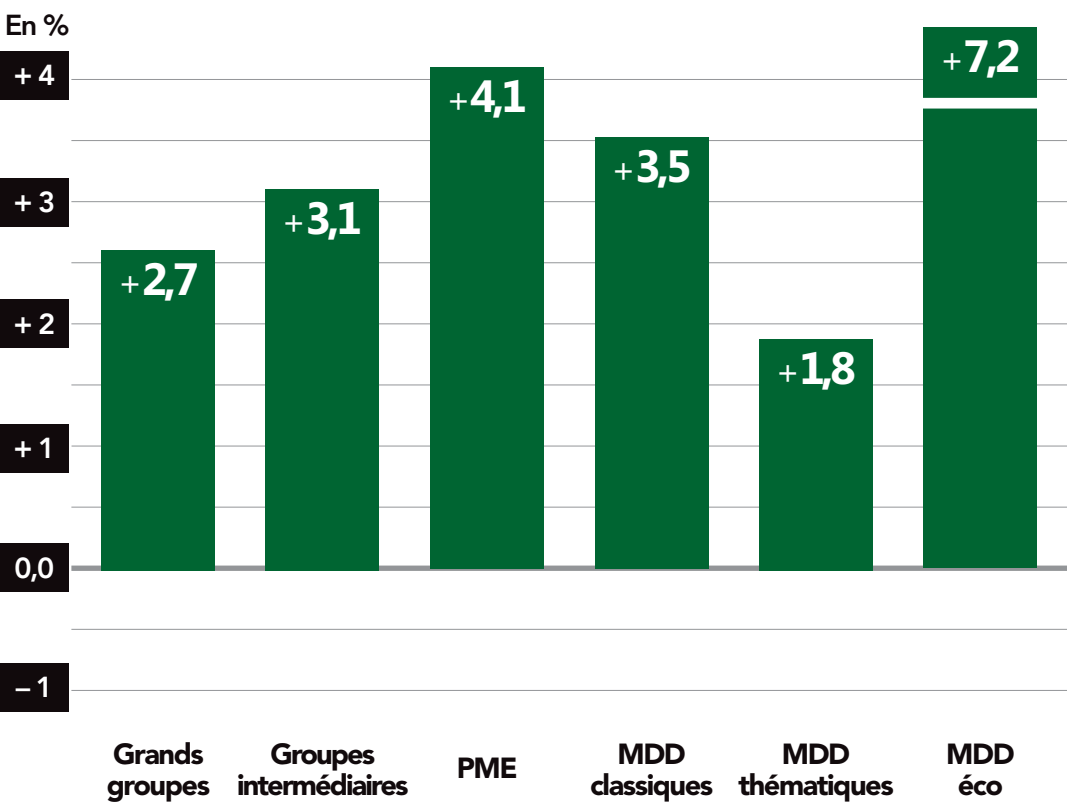
Mai 2025 Juin 2025 Juil. 2025 Août 2025 Sept. 2025 Oct. 2025 Nov. 2025 Déc. 2025 Jan. 2026 Fév. 2026 Mars 2026 Avril 2026

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

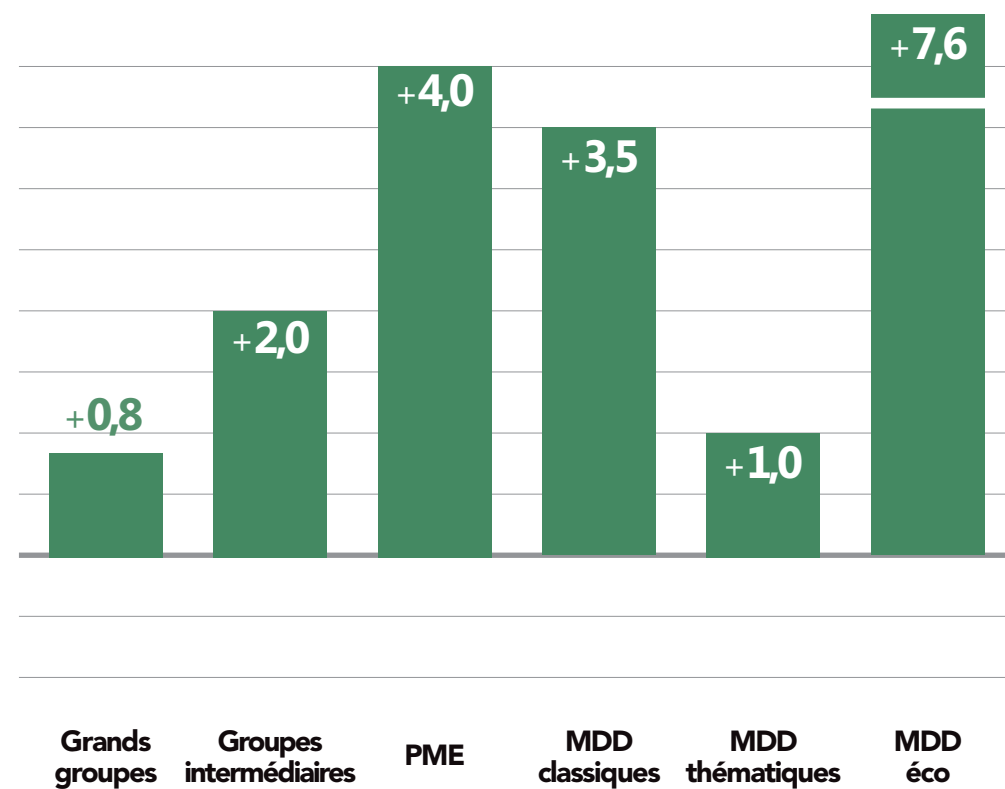


Evol. nombre d'EAN hebdo sur un an / mag – PGC FLS, HM SM, en %

AVRIL 2026



CUMUL 2026

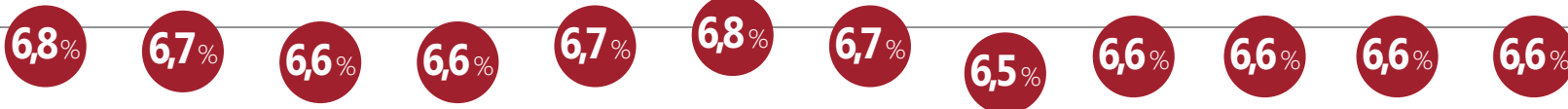


L'OFFRE ET LA DEMANDE **BIO**

Poids du bio, PGC Frais LS, tous circuits GSA



% de l'offre PGC / Frais LS bio



% du CA PGC / Frais LS bio



CUMUL 2026

OFFRE
(le bio dans les rayons)

6,6%

DEMANDE
(le bio dans les paniers)

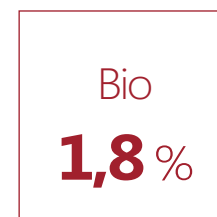
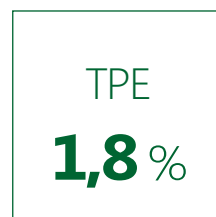
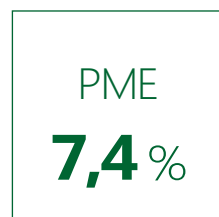
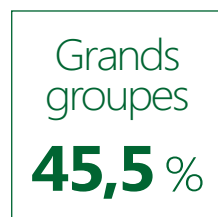
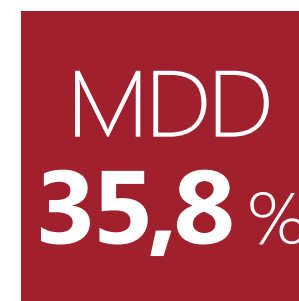
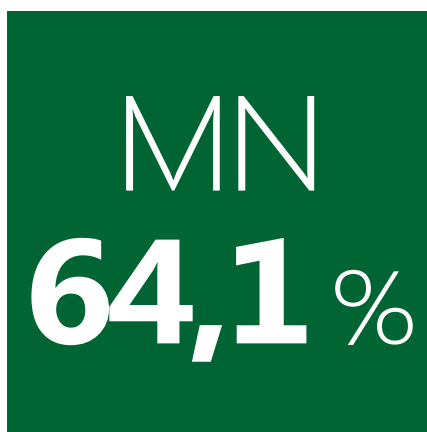
4,0%

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

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P4 2026, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HM SM+SDMP+E-commerce+Proxi



Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **0,4 %**

+ **1,1 %**

- **0,1 %**

+ **6,4 %**

+ **2,4 %**

+ **1,7 %**

- **5,8 %**

+ **1,5 %**

Délivrez-vous
des contraintes logistiques !

Tut Tut 

1ère plateforme de livraison collaborative
adaptée à toutes les tailles de colis !



+ de 5000
partenaires

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

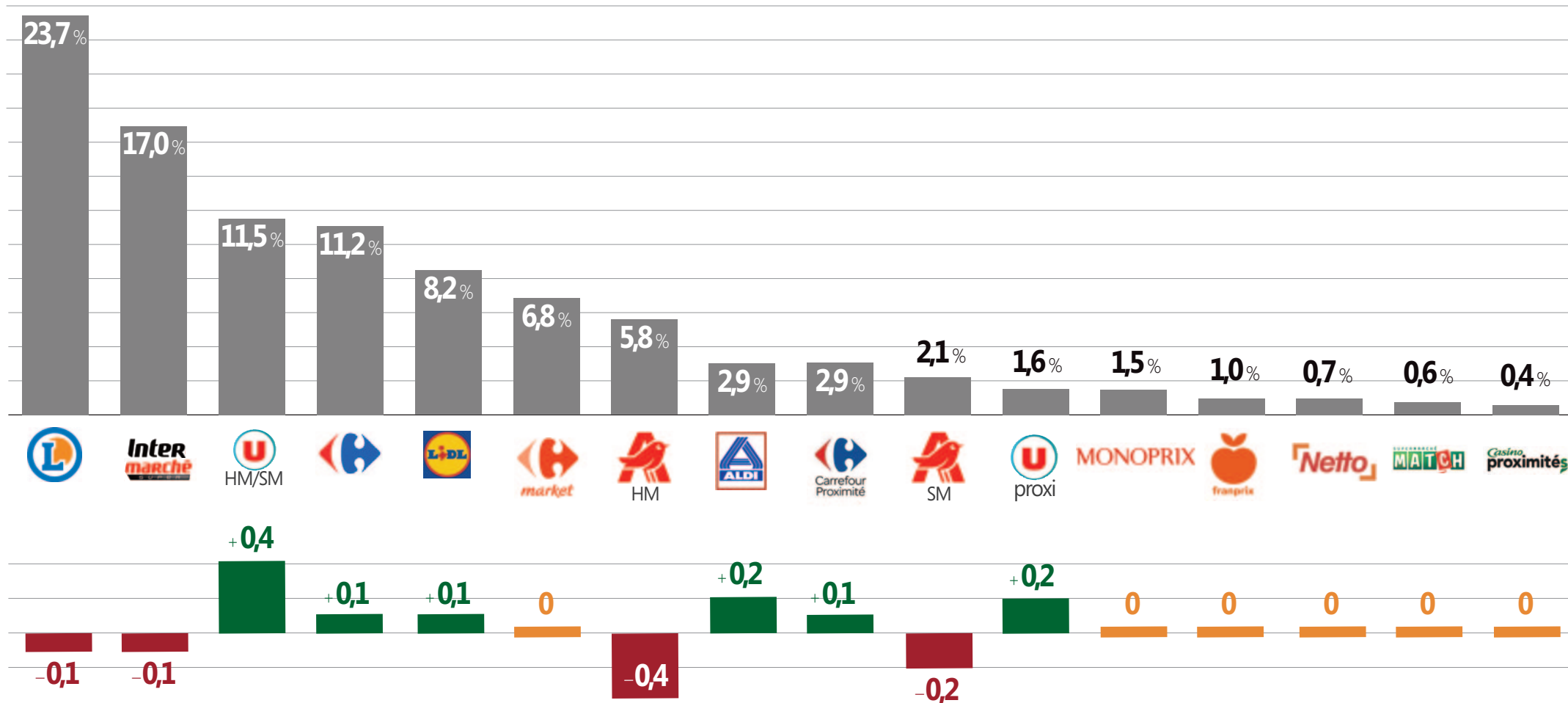
➔ **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P4 2026 (PAR ENSEIGNE)



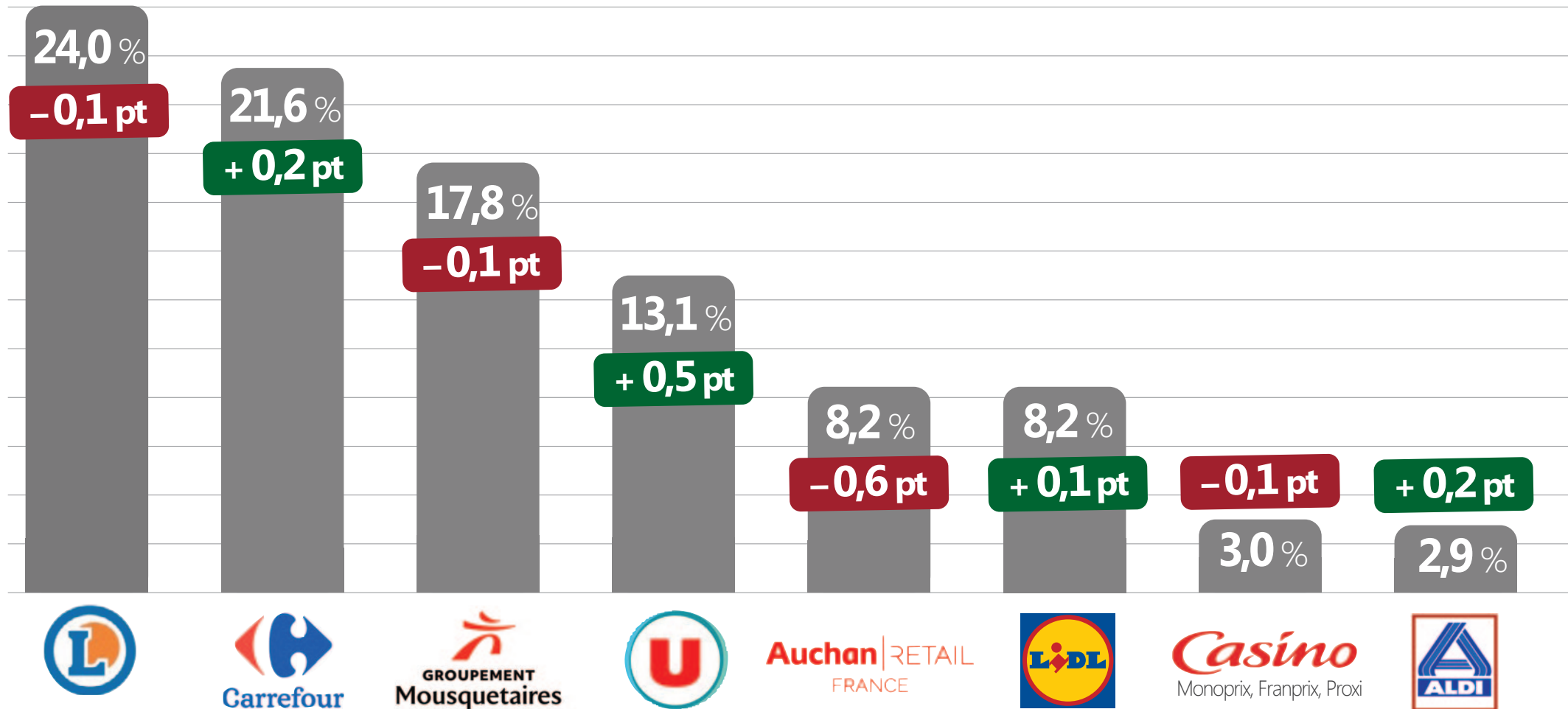
HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %. Évolution en pt de PDM vs N-1



PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P4 2026 (PAR GROUPE)

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

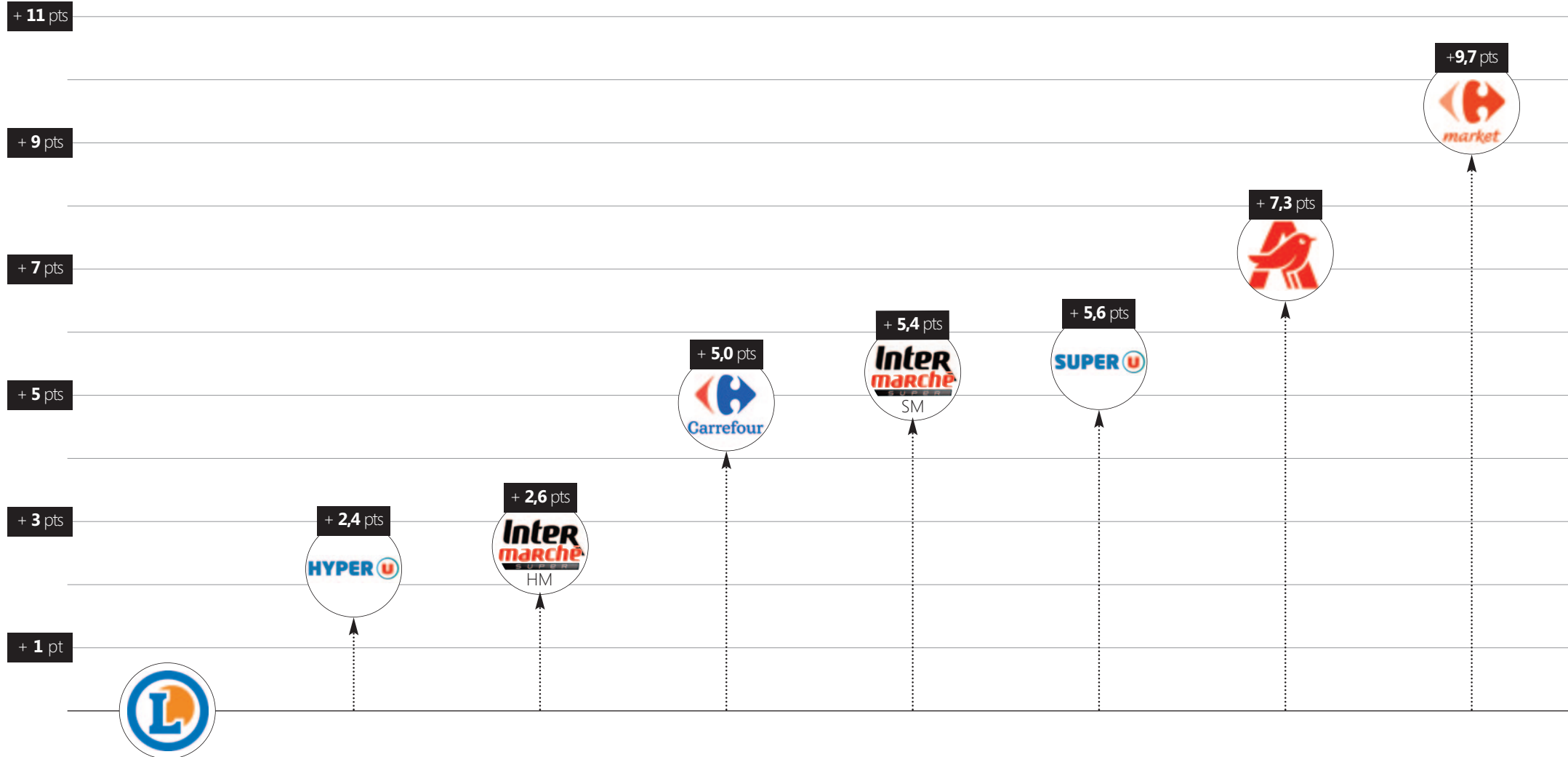
Worldpanel
by Numerator



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

a3distrib
by NielsenIQ

Mai 2026



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

LE PRIX DE CARTE NOIRE SELON LES ENSEIGNES

Paquet de 250 g, prix observés en drive, le 14 mai

Intermarché
SUPER

5,49 €

Indice
93

E.Leclerc

5,60 €

HYPER U

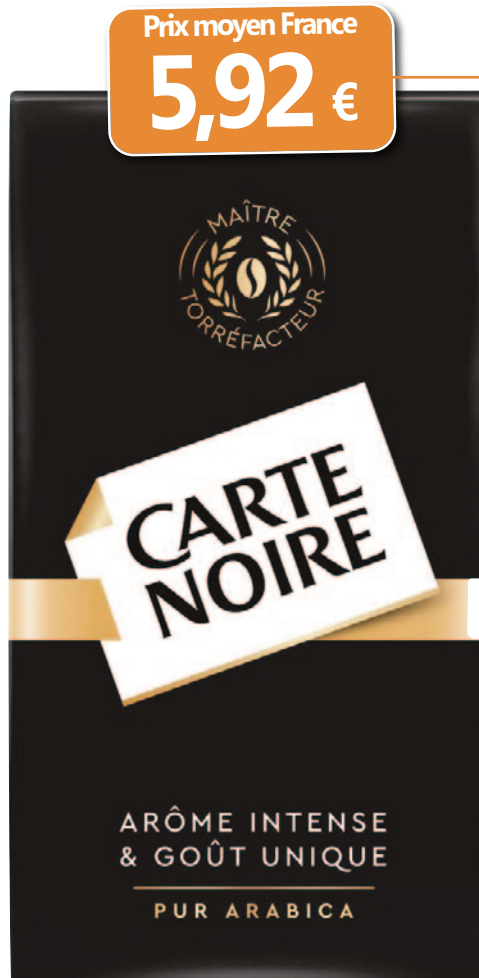
5,80 €

SUPER U

5,87 €

Prix moyen France

5,92 €



Évolution du prix moyen France



5,99 €

SUPERMARCHÉ
MATCH

6,00 €

Carrefour

6,05 €

Carrefour market

6,06 €

Auchan

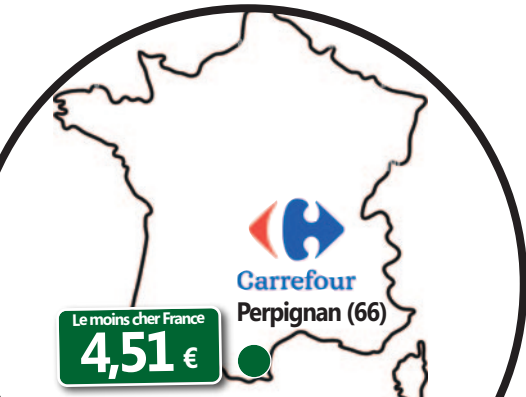
6,49 €

Auchan
supermarché

6,75 €

MONOPRIX

Indice
114



Le moins cher France

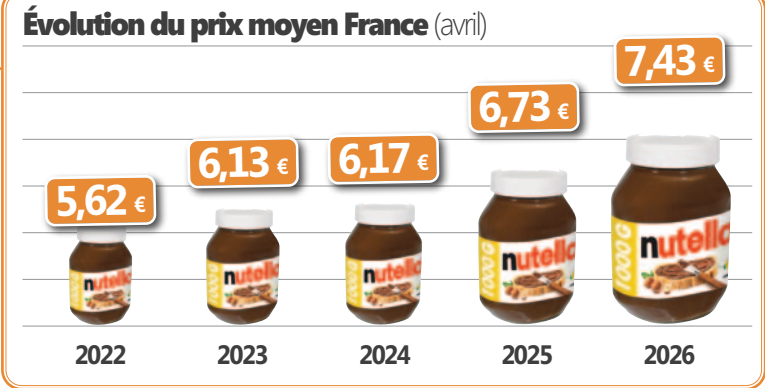
4,51 €

Carrefour
Perpignan (66)

LE PRIX DE NUTELLA SELON LES ENSEIGNES

Pot de 1 kg, prix observés en drive, le 29 avril

Auchan	6,90 €
E.Leclerc	7,02 €
Auchan supermarché	7,26 €
HYPER U	7,31 €
Intermarché	7,40 €



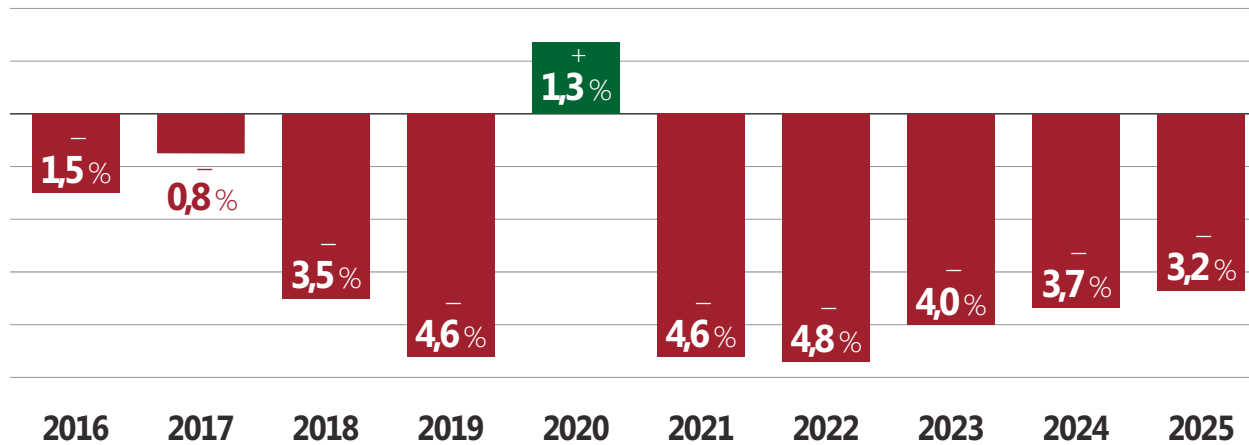
7,45 €	Carrefour market
7,46 €	Carrefour
7,47 €	SUPER U
7,49 €	SUPERMARCHÉ MATCH
9,89 €	MONOPRIX

Indice
133

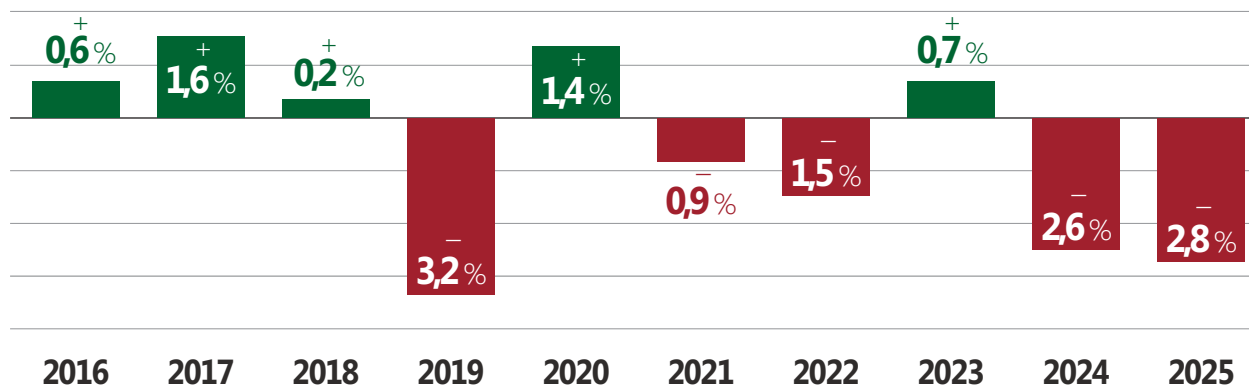


LA DÉCONSOMMATION DU VIN (1/2)

> **Évolution des ventes VOLUMES** (tous circuits GSA)



> **Évolution des ventes VALEUR**



> **Évol par couleur** (volume)

2021 (indice 100)

2025



Indice **77**



Indice **94**

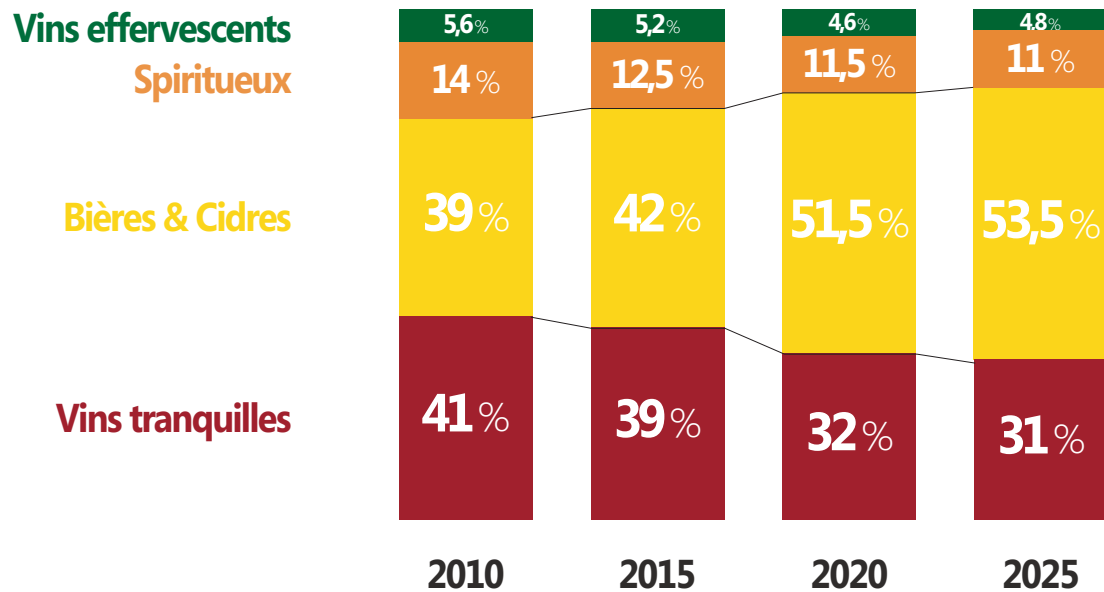


Indice **91**

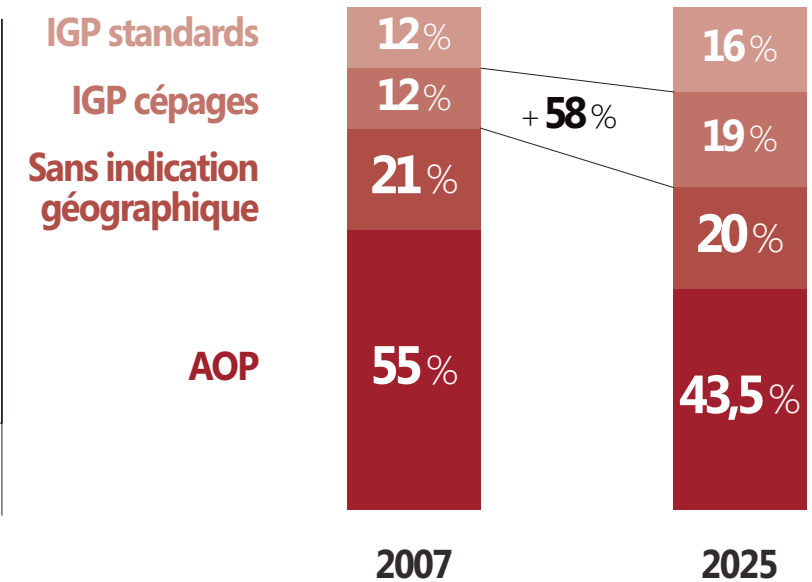
LA DÉCONSOMMATION DU VIN (2/2)



> Le vin dans les boissons alcoolisées (volume)



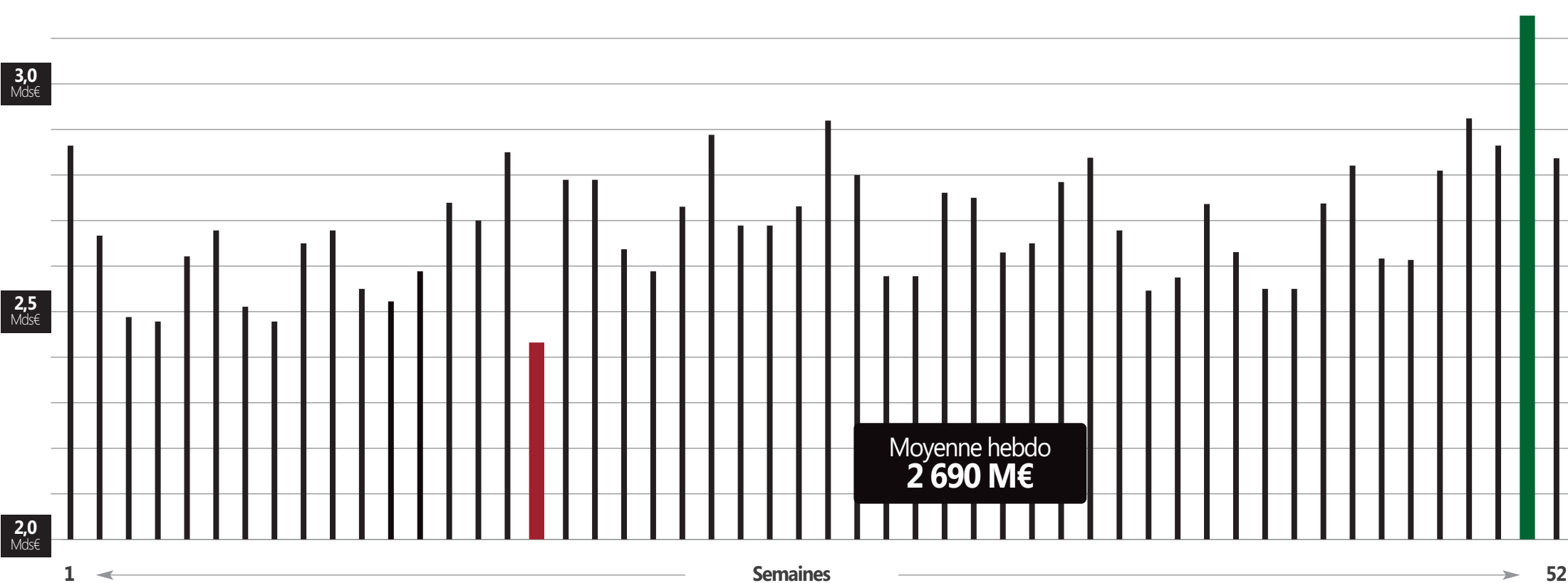
> Les types de vins achetés (volume)



CHIFFRE D'AFFAIRES HEBDOMADAIRE (ANNÉE CIVILE 2025)



> Hypers/Supers/Proxi/Drive/Discount, **PGC Frais LS**

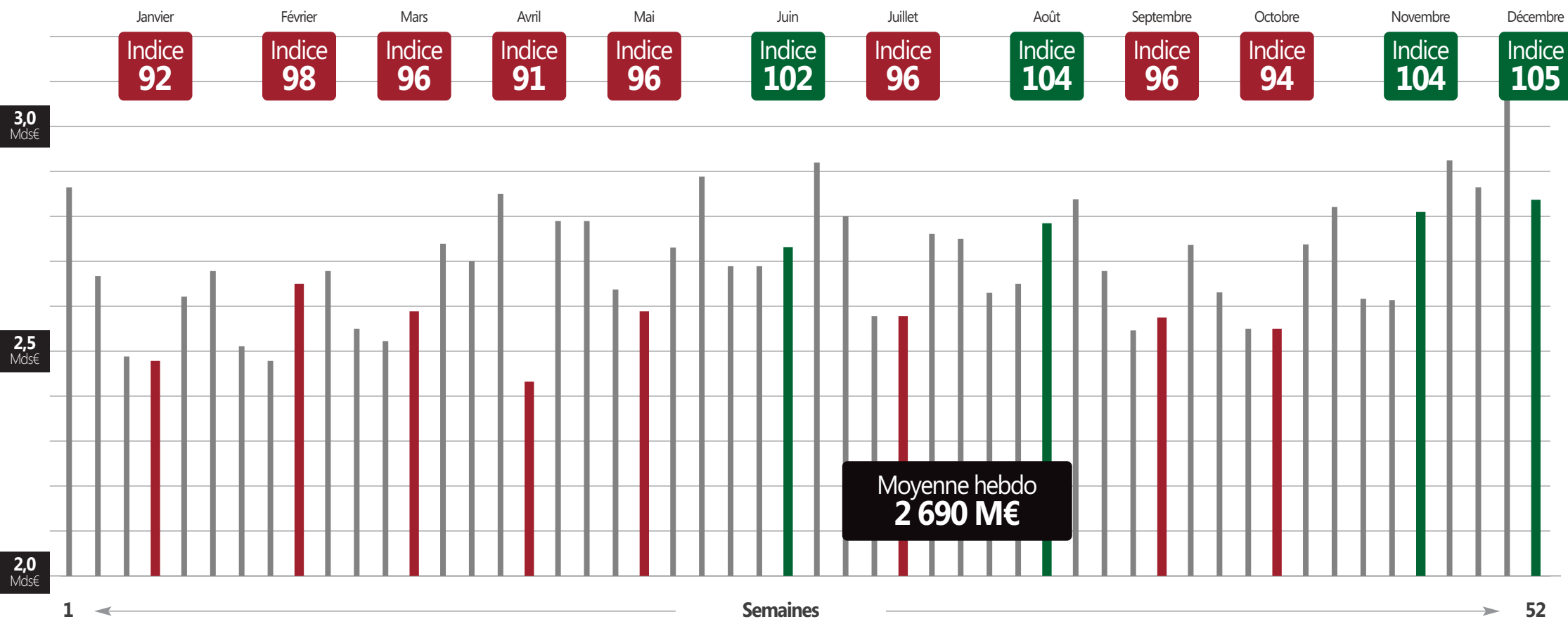


CHIFFRE D'AFFAIRES HEBDOMADAIRE (ANNÉE CIVILE 2025)

NielsenIQ

> Hypers/Supers/Proxi/Drive/Discount, **PGC Frais LS**

LE POIDS DE LA DERNIÈRE SEMAINE DU MOIS (indice vs moyenne annuelle)

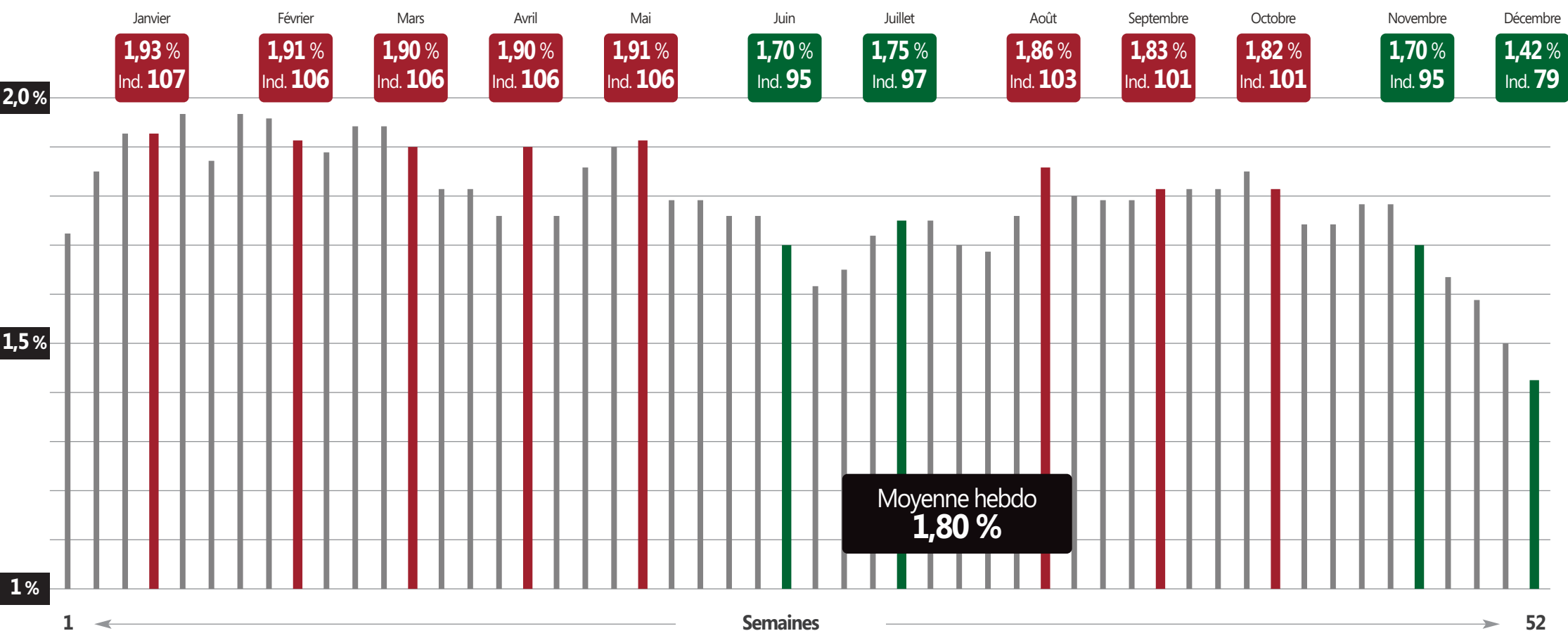


CHIFFRE D'AFFAIRES HEBDOMADAIRE (ANNÉE CIVILE 2025)



> Hypers/Supers/Proxi/Drive/Discount, PGC Frais LS

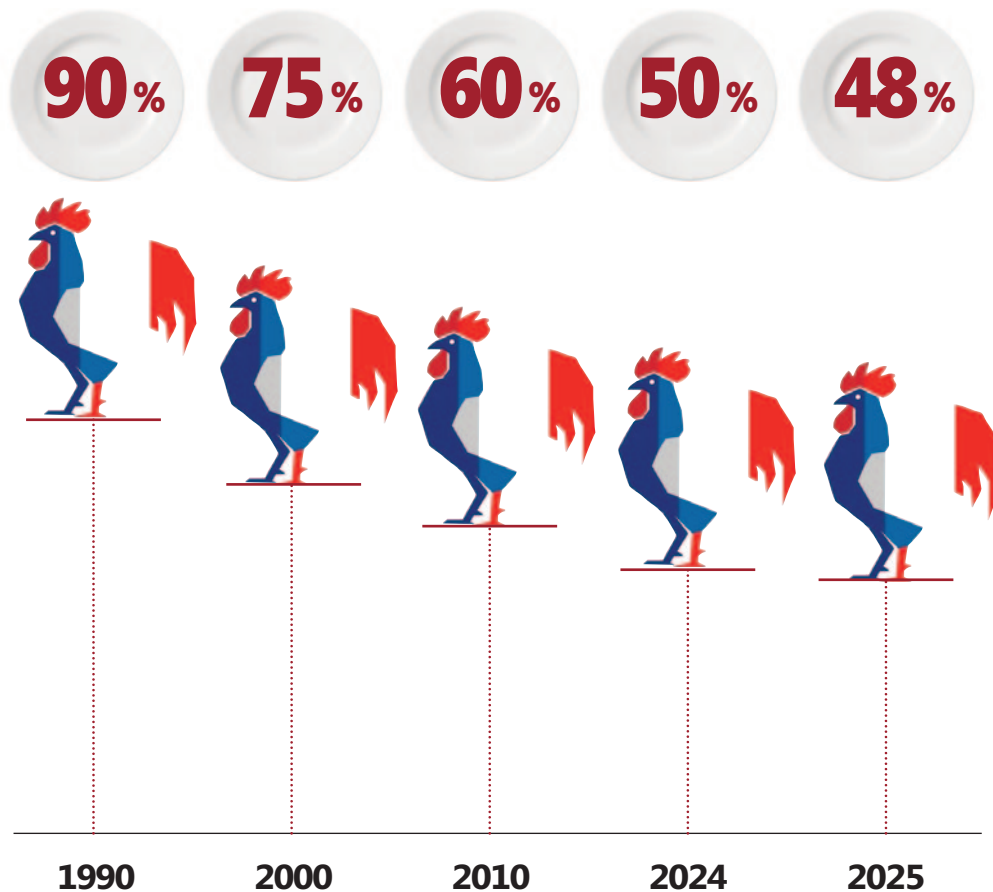
LA PDM DES PREMIERS PRIX LA DERNIÈRE SEMAINE DU MOIS (indice vs moyenne annuelle)



LE POULET FRANÇAIS FACE À SES CONCURRENTS



> La part du poulet français dans les assiettes (en France)



> La taille des élevages en Europe en nombre de volailles
(recensement agricole 2020)

Pays	Nombre de volailles
France	64 016
Espagne	98 332
Belgique	102 110
Allemagne	123 145
Danemark	125 833
Pays-Bas	127 626
Italie	144 261
Pologne	149 878
Tchéquie	165 799
Slovaquie	210 071
Roumanie	397 699
Moyenne UE	125 381

BRICOLAGE / JARDINAGE : LES ENSEIGNES STARS (ET LES AUTRES)

> Notoriété spontanée des enseignes/marques de bricolage

« Spontanément, quelle est la première marque qui vous vient à l'esprit quand vous pensez à la thématique du bricolage / jardinage...? » 1665 répondants, mars 2026



leboncoin

4	STIHL®	6%	7	BOSCH	3%
5	Gamm vert	5%	7	PARKSIDE	3%
5	TRUFFAUT	5%	12	Weldom	2%
7	GARDENA	3%	12	botanic	2%
7	BRICOMARCHÉ	3%	14	bricorama	1%
7	Mr.Bricolage	3%	14	BRICO DEPÔT	1%

éditions
DAUVERS

Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr