

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Juin 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

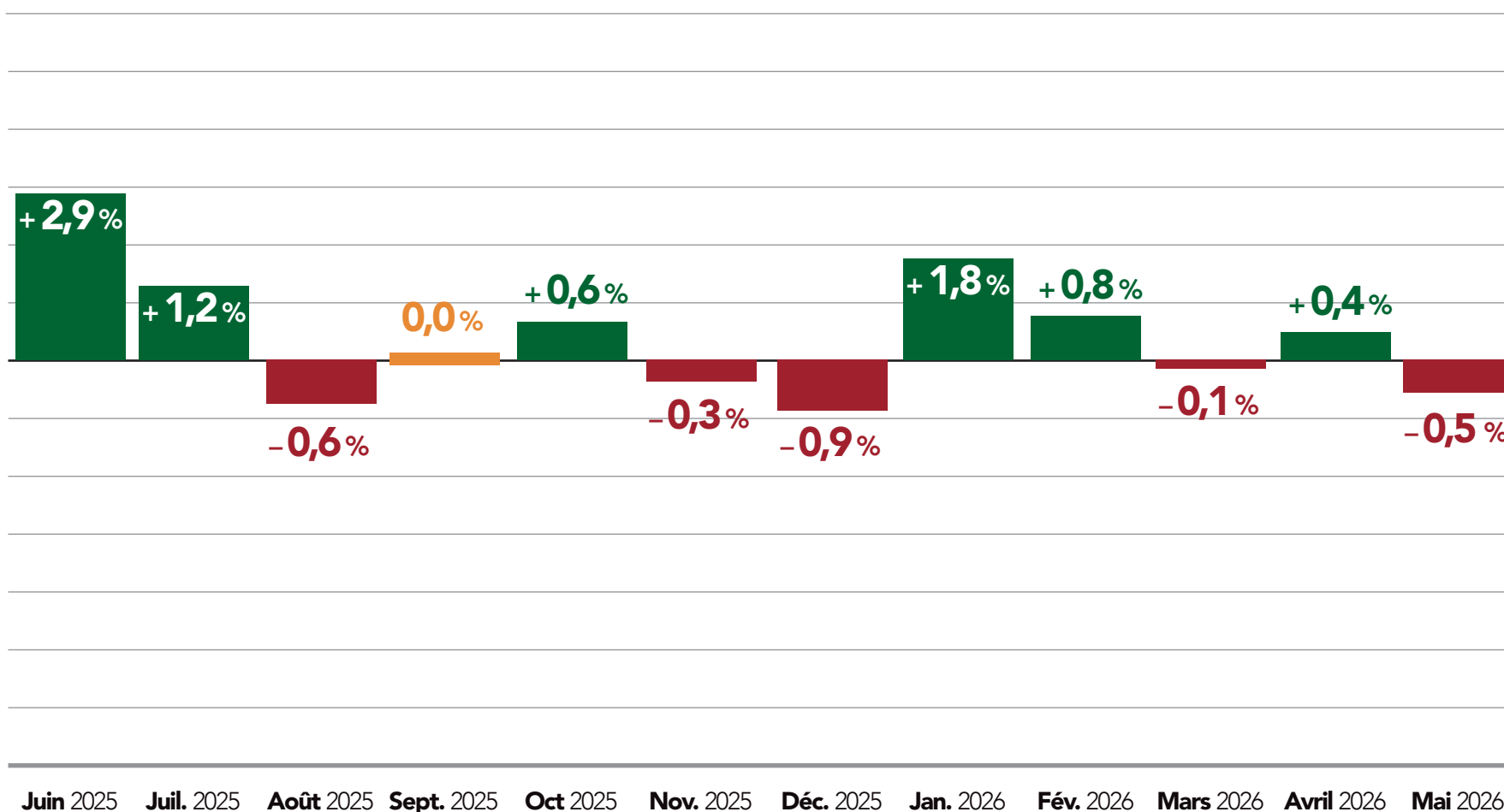
GRANDE CONSO



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

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



CUMUL 2026

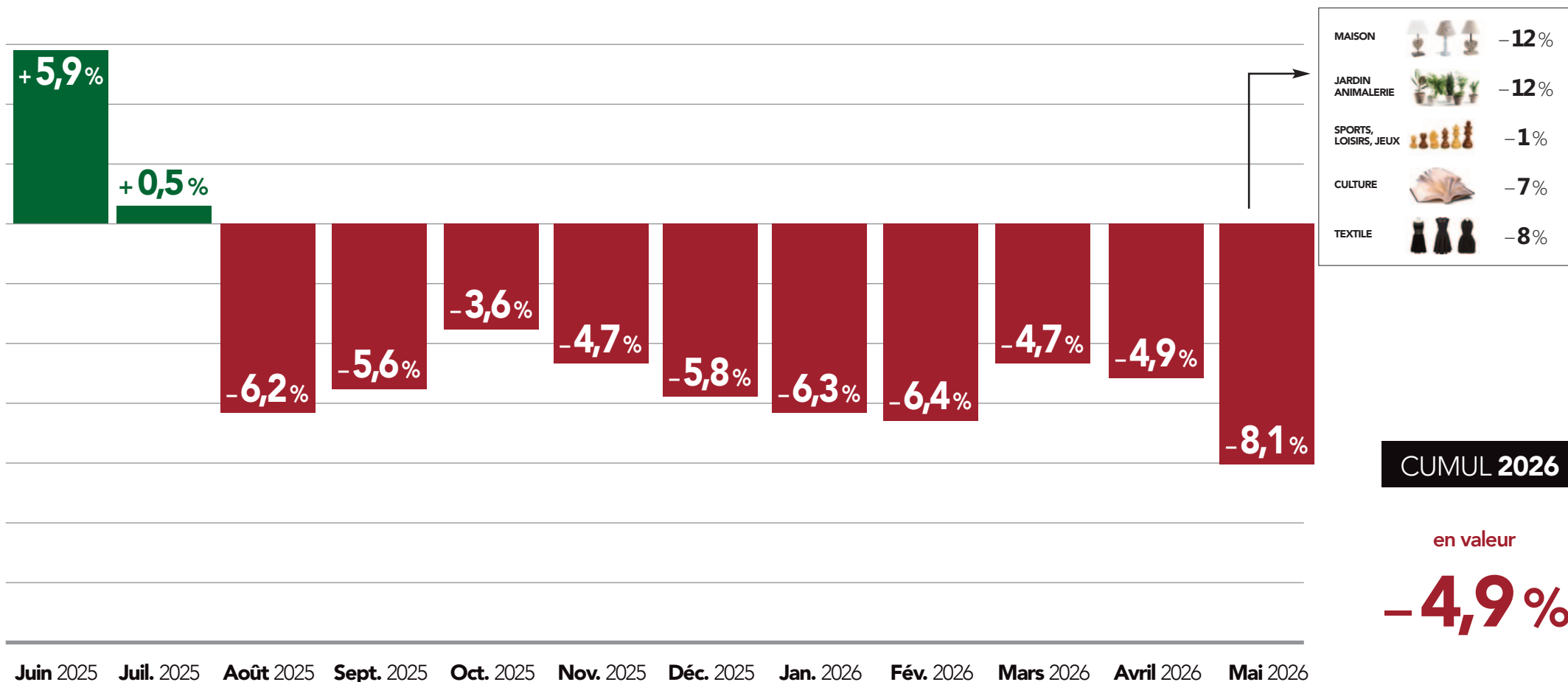
en valeur

+ 0,8%

ÉVOLUTION DU CA **NON-ALIMENTAIRE**



Hypers supers e-commerce GSA

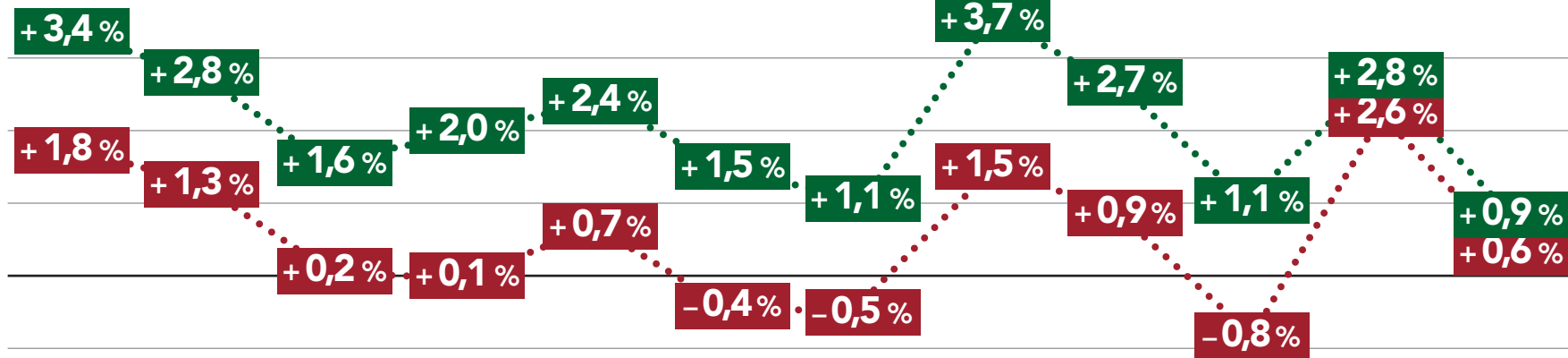


ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS



En volumes / valeur, tous circuits GSA

Évolution en VALEUR



Évolution en VOLUMES



CUMUL 2026

en valeur

+ 2,2%

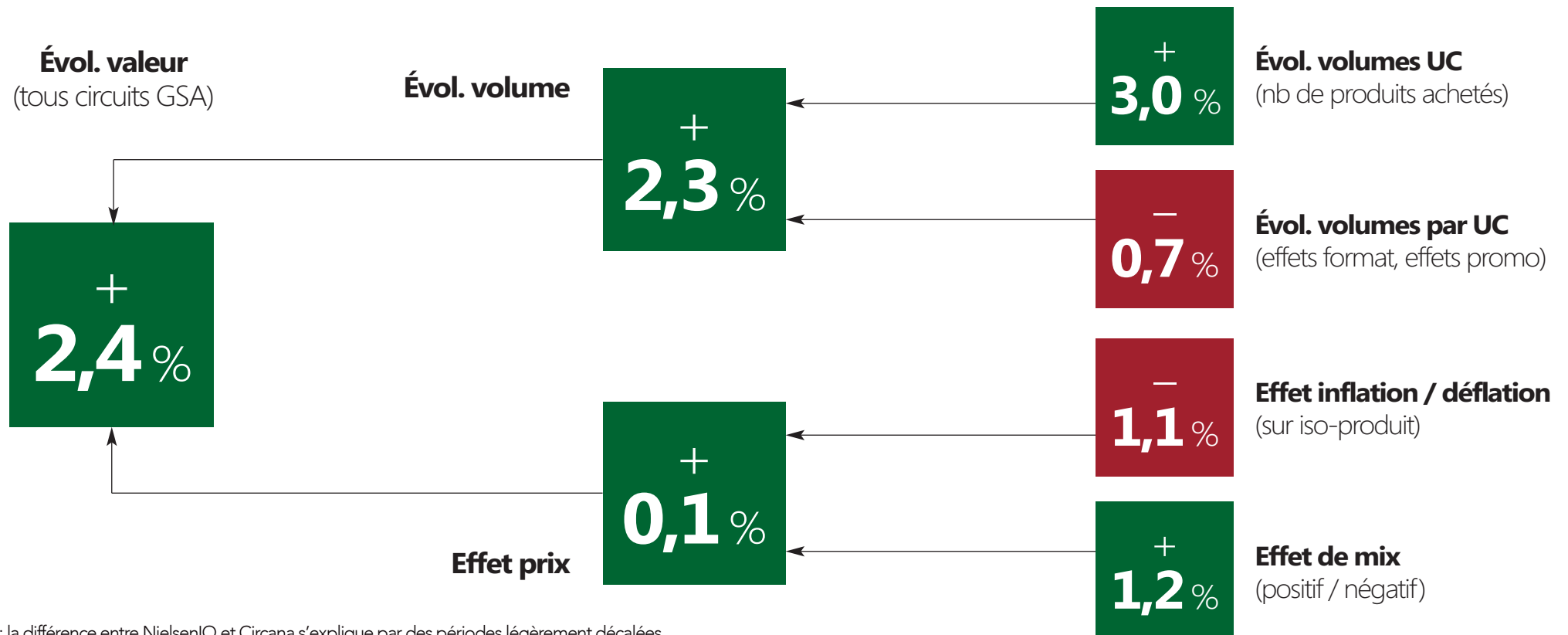
en volumes

+ 0,9%

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

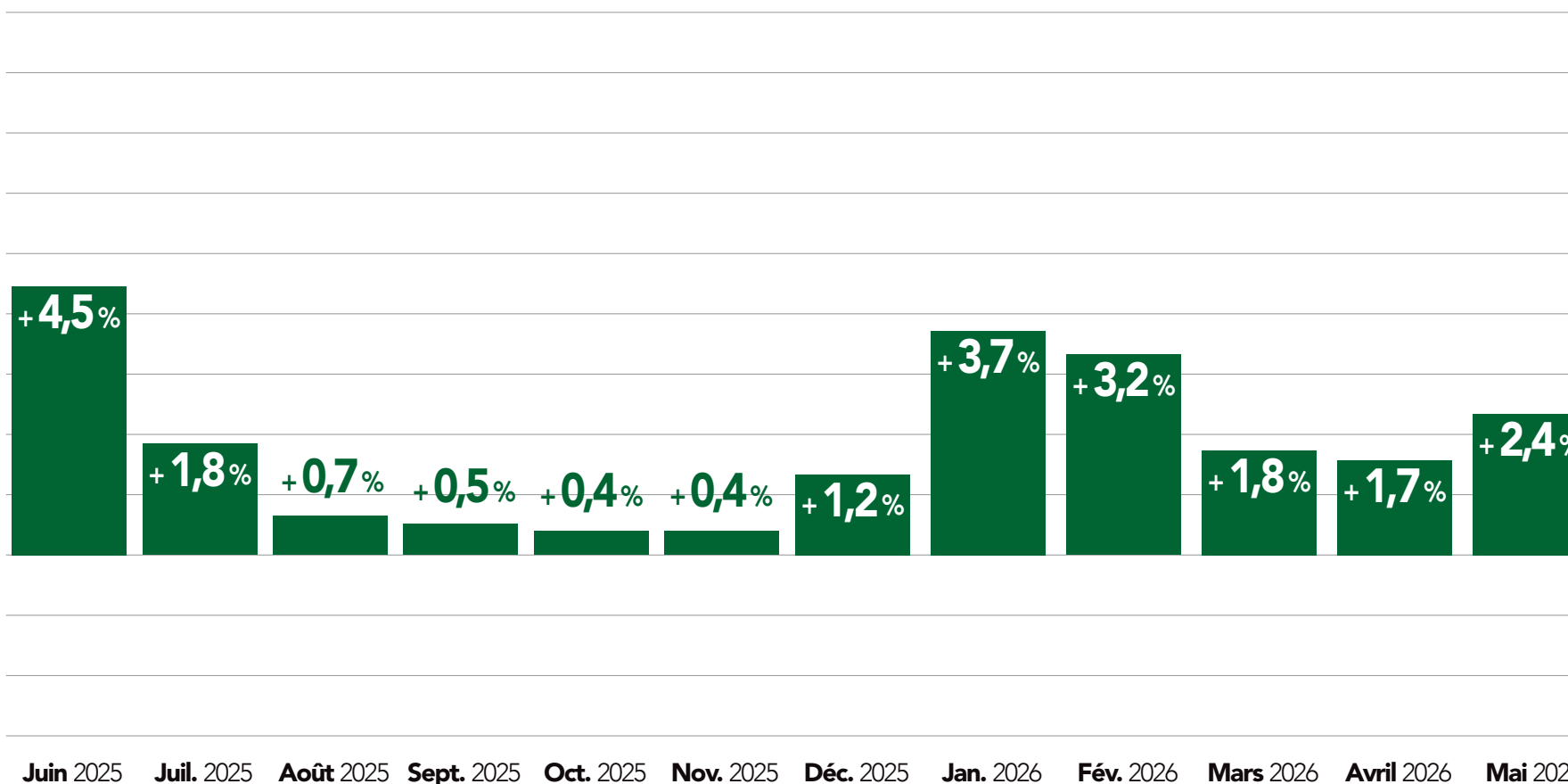
Sur un mois / P5 2026, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

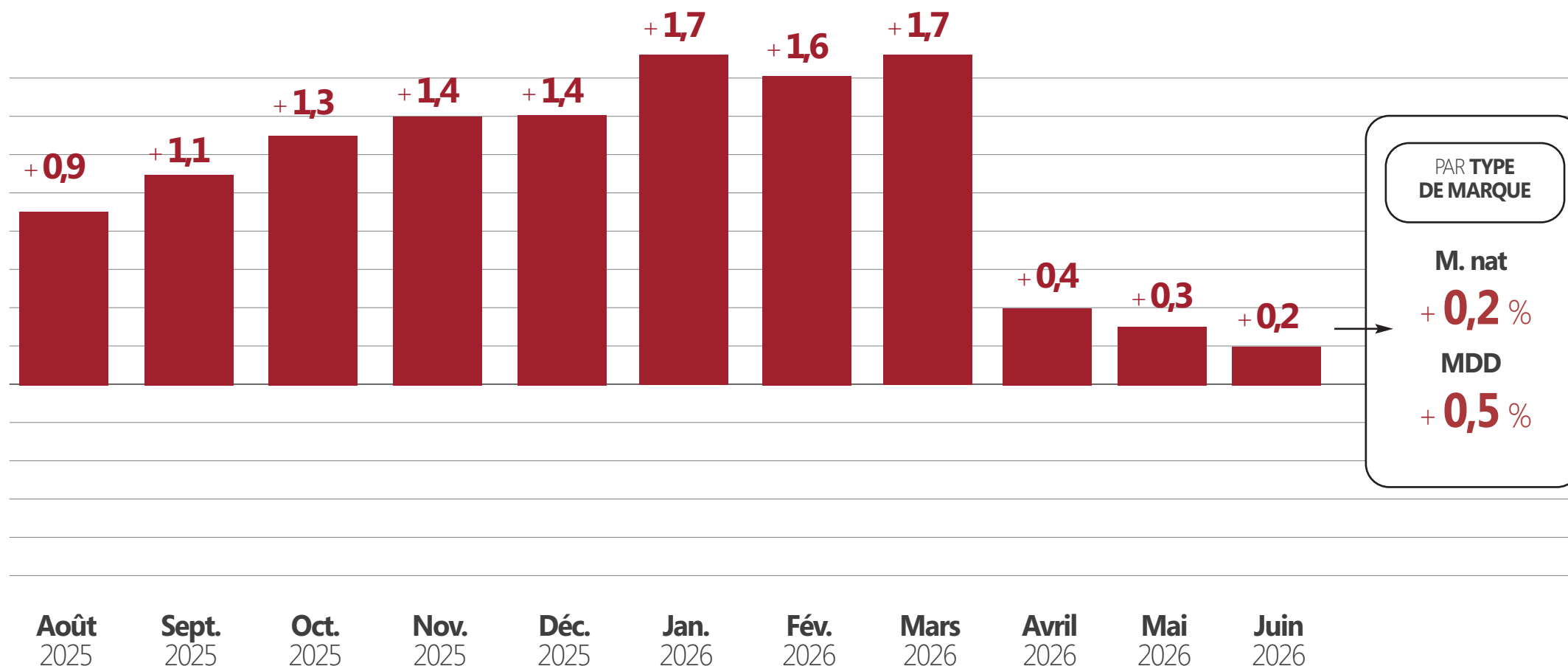
en valeur

+ 2,6%

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



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

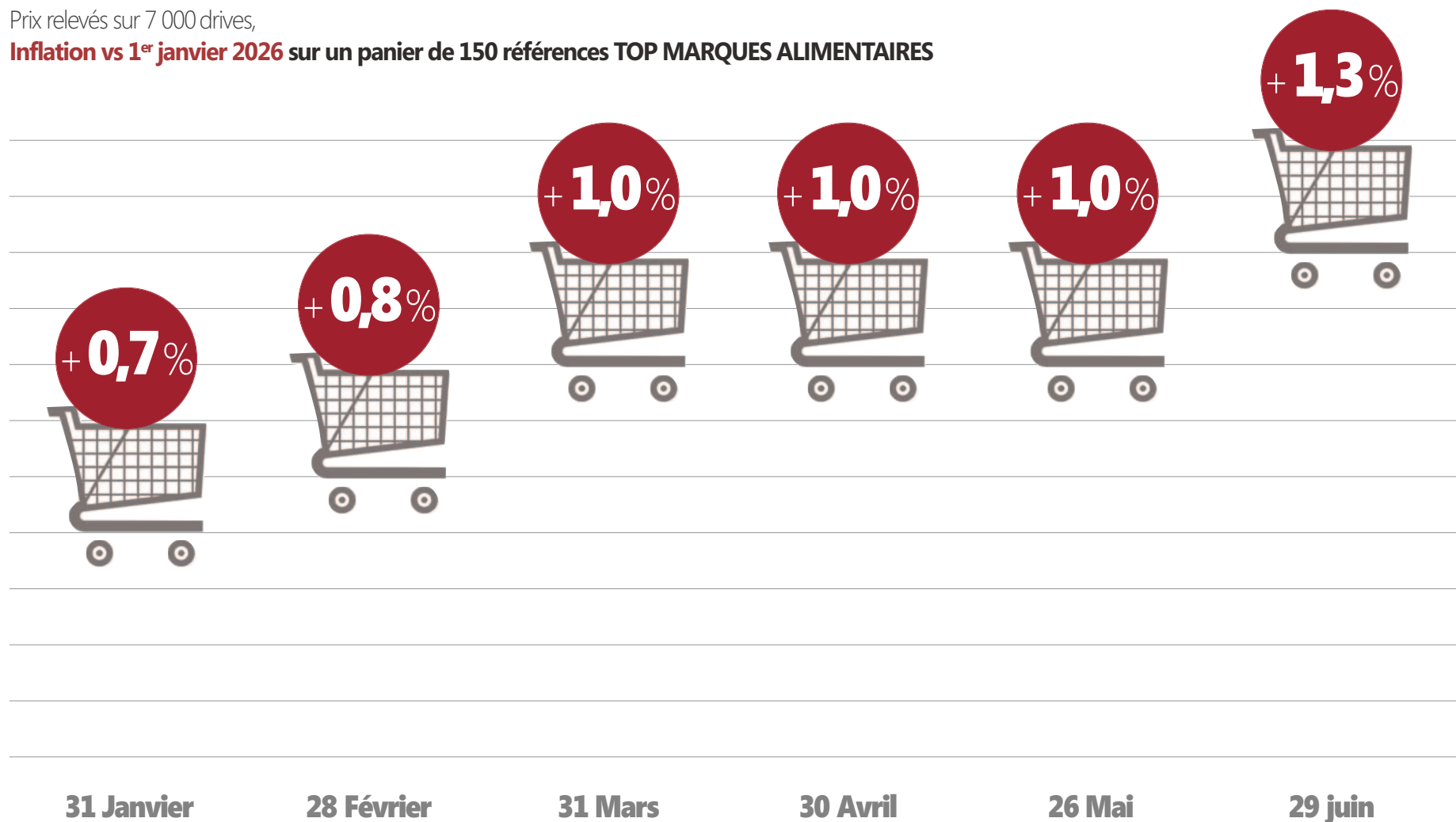


L'INFLATION BASE 2025 D'UN PANIER DE 150 "STARS" DE L'ALIMENTAIRE

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevés sur 7 000 drives,

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

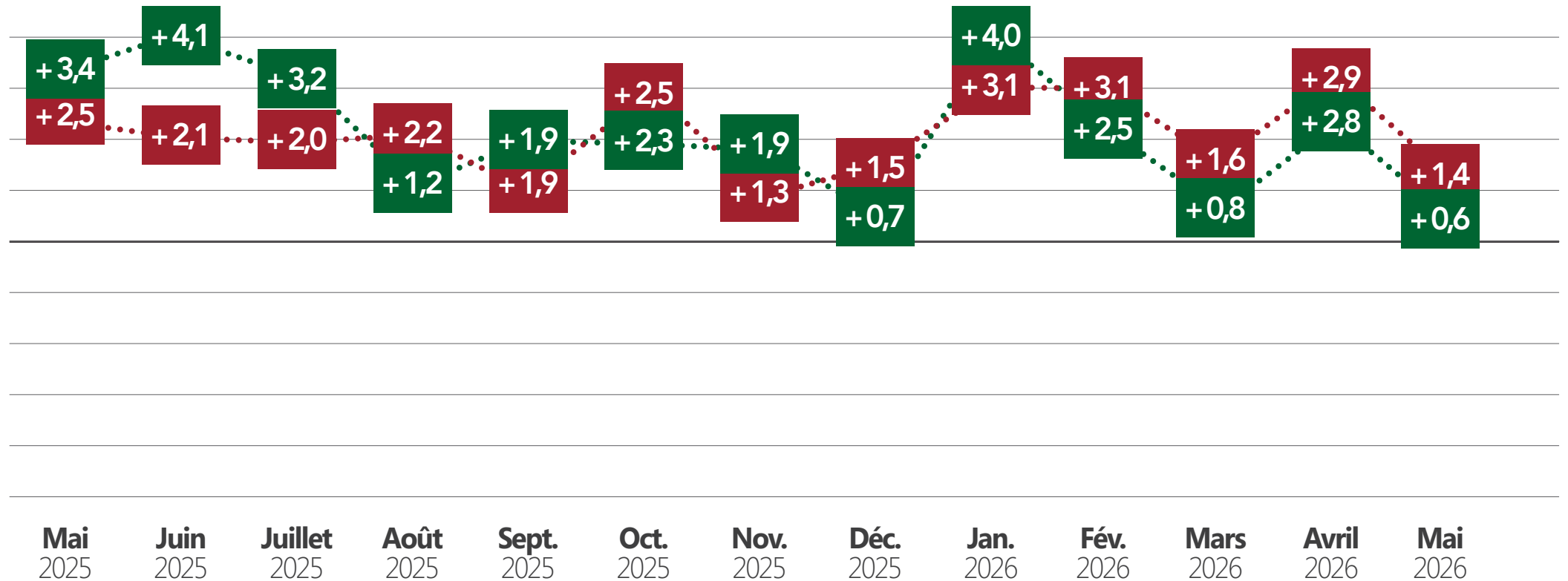


ÉVOLUTION DES VENTES MDD ET MN (% VS N-1)

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



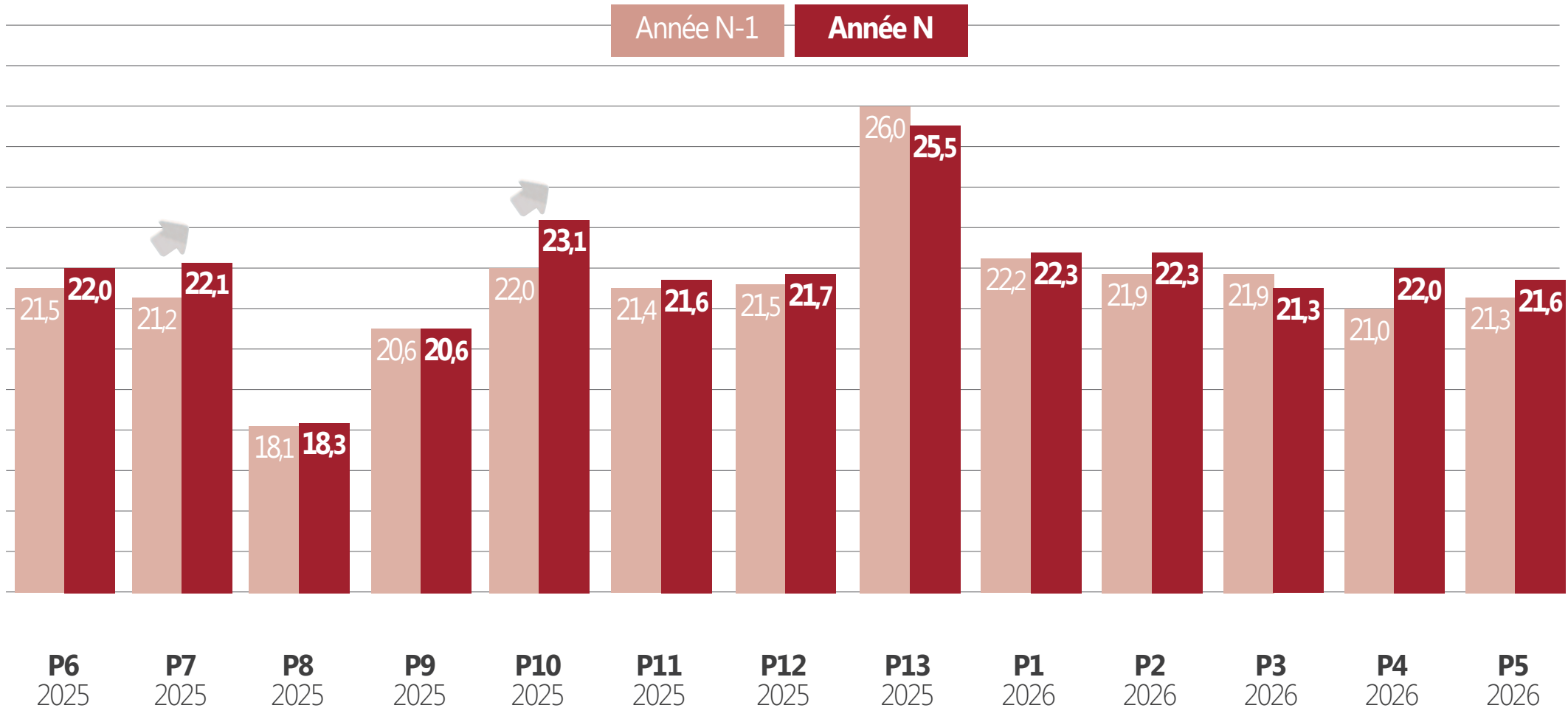
MDD	Marques Nat
Cumul 2026 + 2,4 %	Cumul 2026 + 2,1 %



LES VENTES SOUS PROMO

NielsenIQ

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





5000

magasins ont choisi

Tut Tut 

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P5 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

Drive

LAD

+ **0,2** %

+ **3,8** %

+ **1,8** %

- **3,4** %

+ **2,7** %

+ **12** %

+ **3,1** %

+ **5,8** %

+ **18** %

Évol
du CA

15,5 %

19,7 %

35,3 %

20,0 %

10,2 %

30,1 %

7,4 %

3,0 %

10,4 %

14,4 %

8,6 %

1,3 %

9,8 %

% des ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P5 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

-0,2%

+2,2%

+2,5%

-1,9%

+4,8%

+7,4%

+3,1%

+5,9%

+8,7%

Évol
du CA

15,8%

19,7%

35,5%

20,3%

10,6%

30,9%

7,3%

2,9%

10,2%

14,0%

8,3%

1,2%

9,5%

% des
ventes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / P5 2026

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

+ 0,2 %

+ 4,1 %



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+ 2,9 %

- 2,5 %



Urbaine

Rurale

+ 2,9 %

+ 13 %



SDMP
(Discount)

+ 3,9 %



Drive

LAD

+ 5,9 %

+ 17 %

Évol
des
volumes

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS / CAM P5 2026

En volumes UC sur PGC Frais LS

VOLUMES

NielsenIQ



HM > 7 500 m²

HM < 7 500 m²

-1,0%

+2,0%



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²

+1,9%

-2,3%



Urbaine

Rurale

+1,4%

+6,7%



SDMP
(Discount)

+2,3%



Drive

LAD

+5,4%

+5,2%

Évol
des
volumes

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

→ **LES RAYONS**

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



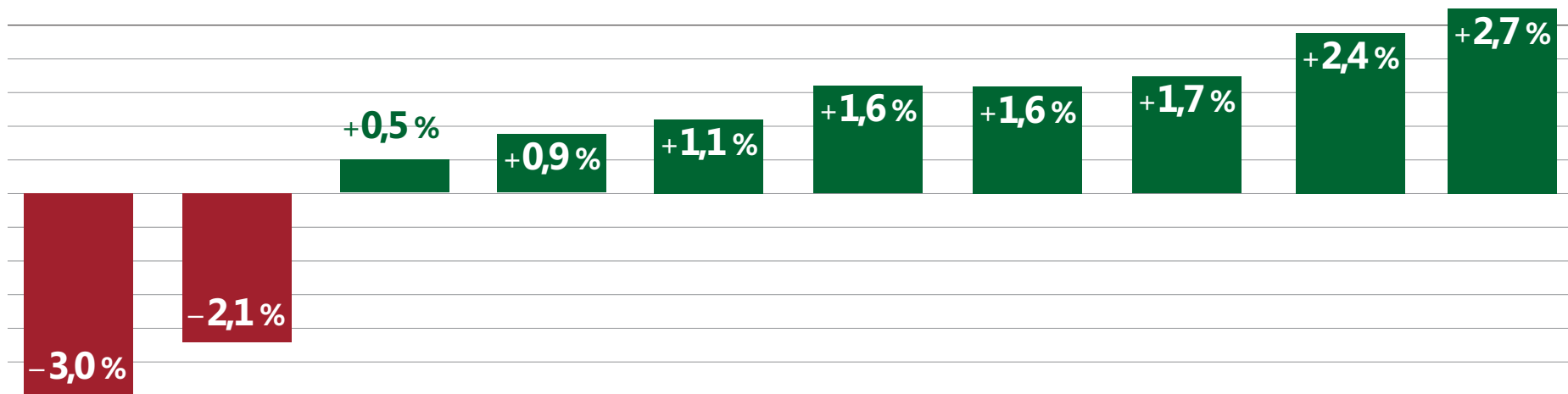
Cumul annuel mobile à fin mai vs N-1, tous circuits



Spiritueux Champ. **Épicerie sucrée** **Hygiène** **Entretien** **Épicerie salée** **Crèmerie** **BRSA Eaux** **Bières Cidres** **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



HYPERS

En %

+3

+2

+1

0,0

-1

+1,4%

SUR 12 MOIS : +2,4%

Jun 2025 Jul. 2025 Août 2025 Sept. 2025 Oct. 2025 Nov. 2025 Déc. 2025 Jan. 2026 Fév. 2026 Mars 2026 Avril 2026 Mai 2026



SUPERS

+3,3%

SUR 12 MOIS : +2,8%

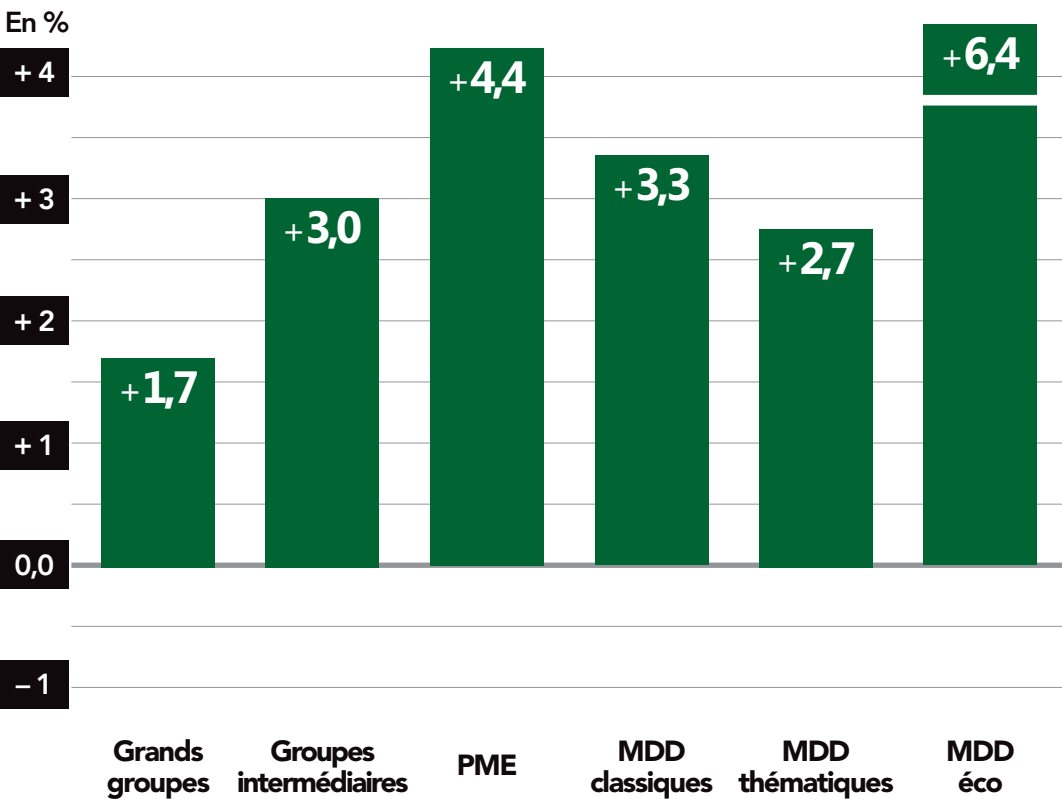
Jun 2025 Jul. 2025 Août 2025 Sept. 2025 Oct. 2025 Nov. 2025 Déc. 2025 Jan. 2026 Fév. 2026 Mars 2026 Avril 2026 Mai 2026

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

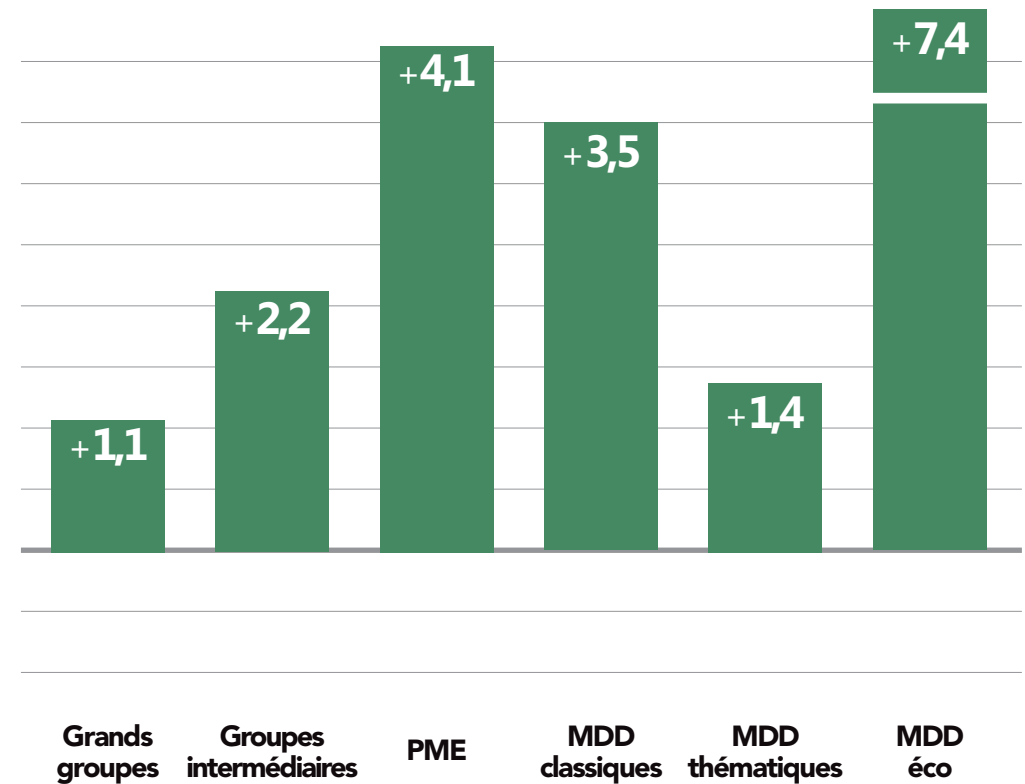


Evol. nombre d'EAN hebdo sur un an / mag – PGC FLS, HM SM, en %

MAI 2026

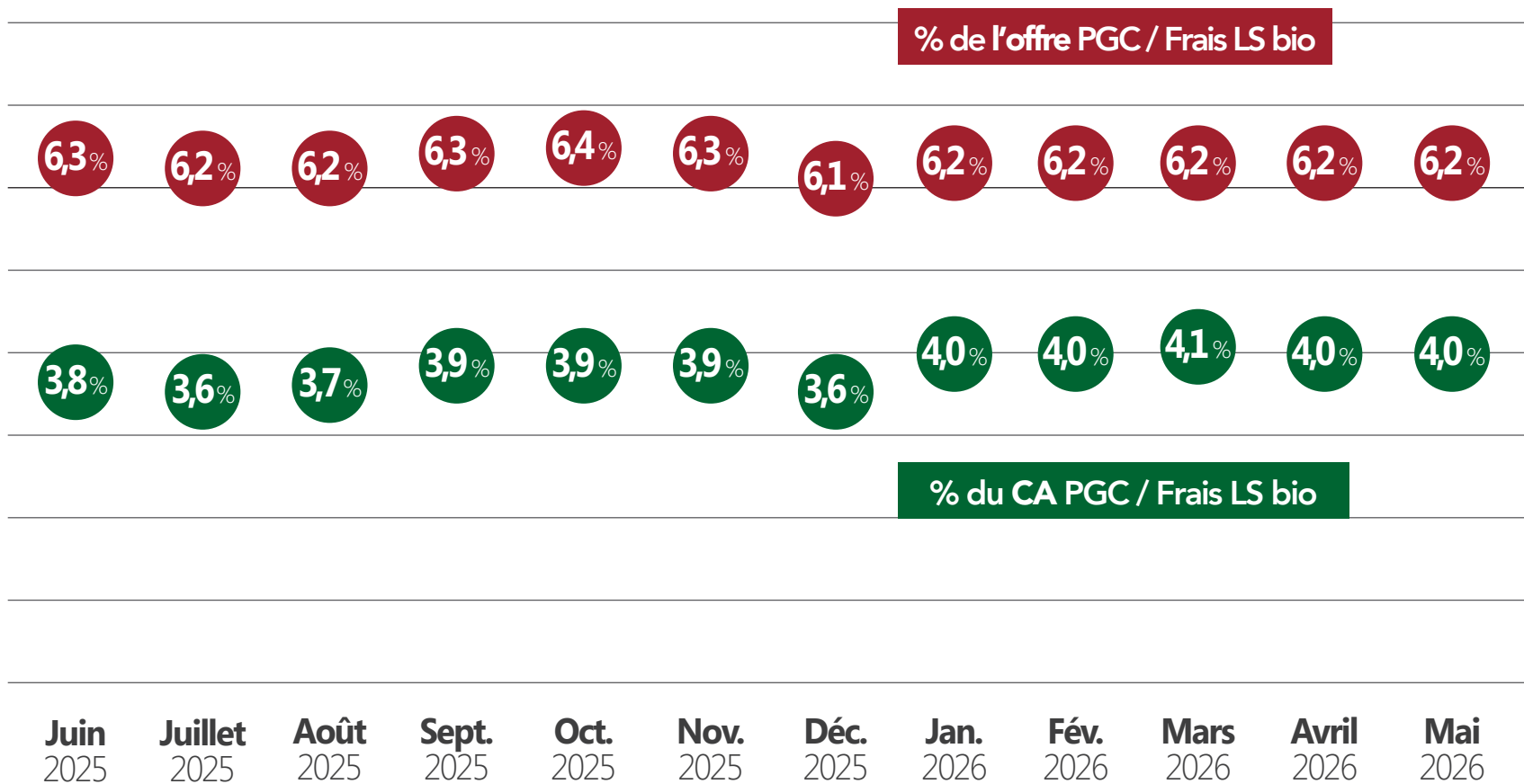


CUMUL 2026



L'OFFRE ET LA DEMANDE **BIO**

Poids du bio, PGC Frais LS, tous circuits GSA



CUMUL 2026

OFFRE
(le bio dans les rayons)

6,2%

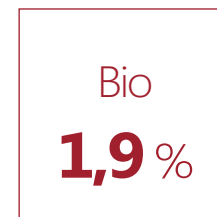
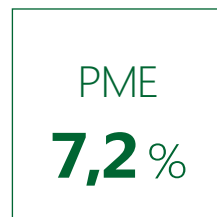
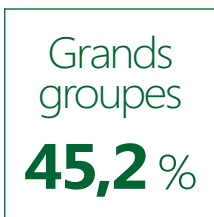
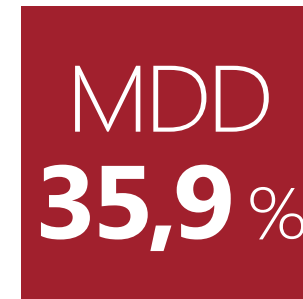
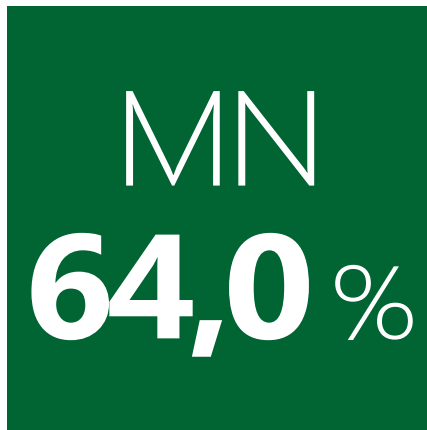
DEMANDE
(le bio dans les paniers)

4,0%

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P5 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)

+ **1,4 %**

+ **3,2 %**

+ **2,4 %**

+ **11 %**

+ **3,2 %**

+ **2,4 %**

+ **1,2 %**

+ **1,5 %**



5000

magasins ont choisi

Tut Tut 



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

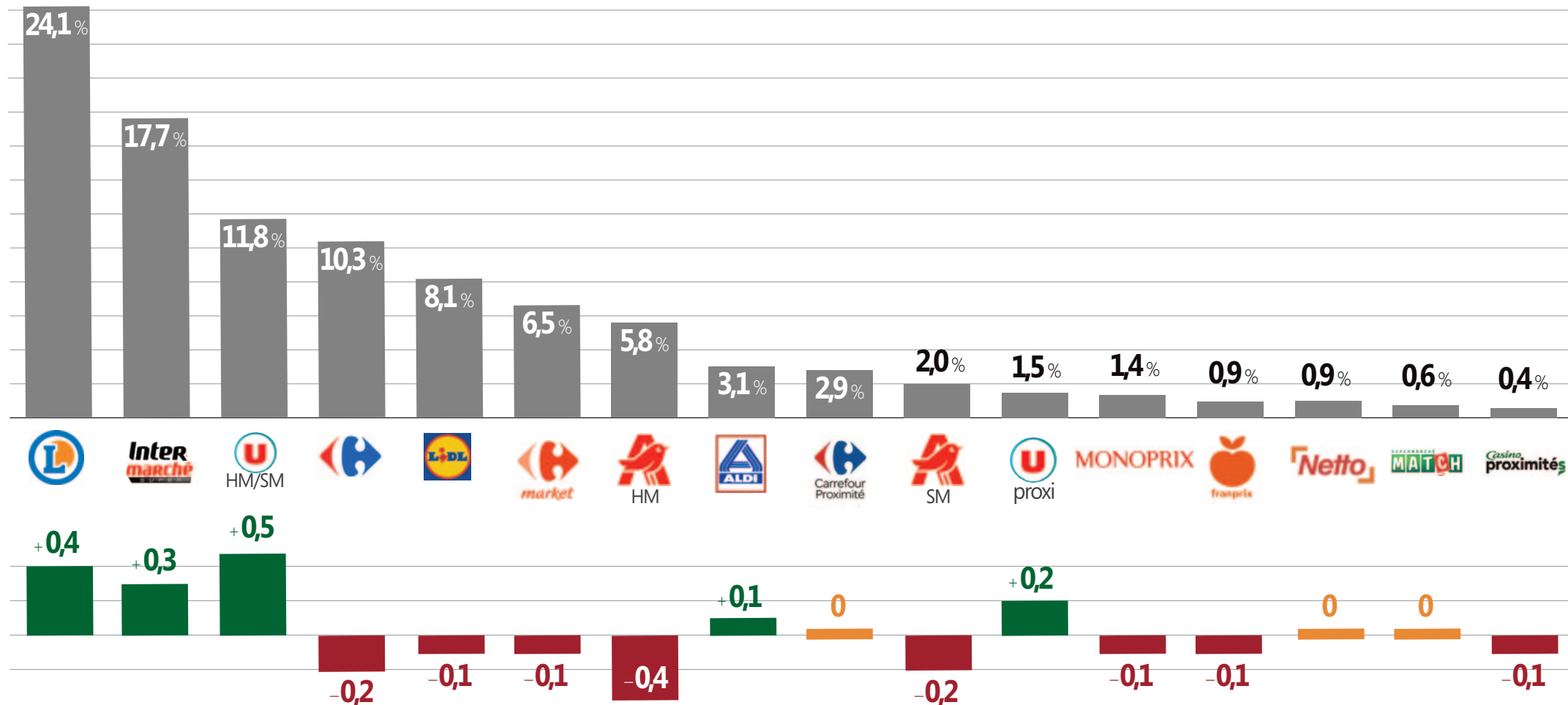
➔ **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P5 2026 (PAR ENSEIGNE)

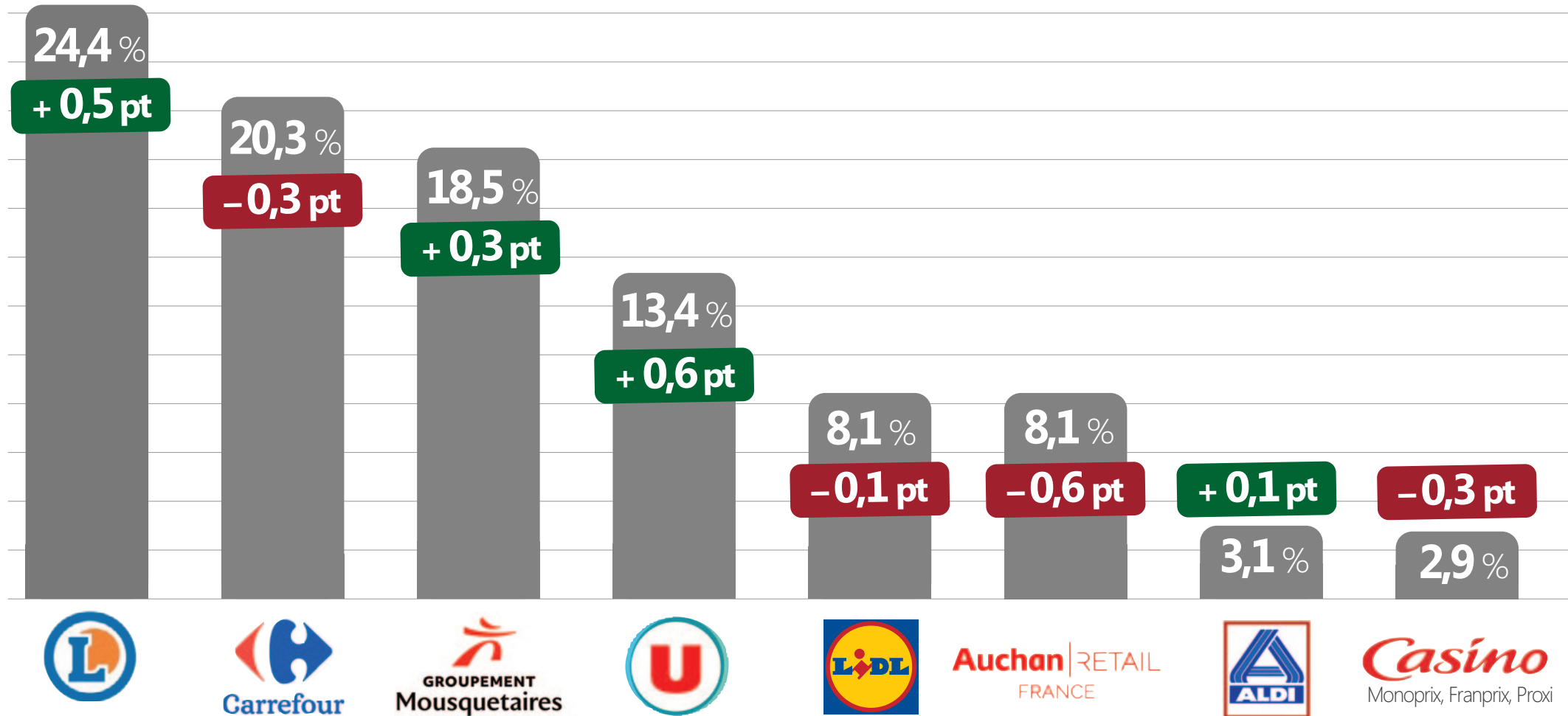


HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %. Évolution en pt de PDM vs N-1



PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P5 2026 (PAR GROUPE)

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



DISTRIPRIX JUIN 2026

L'indice des prix drive hypers/supers

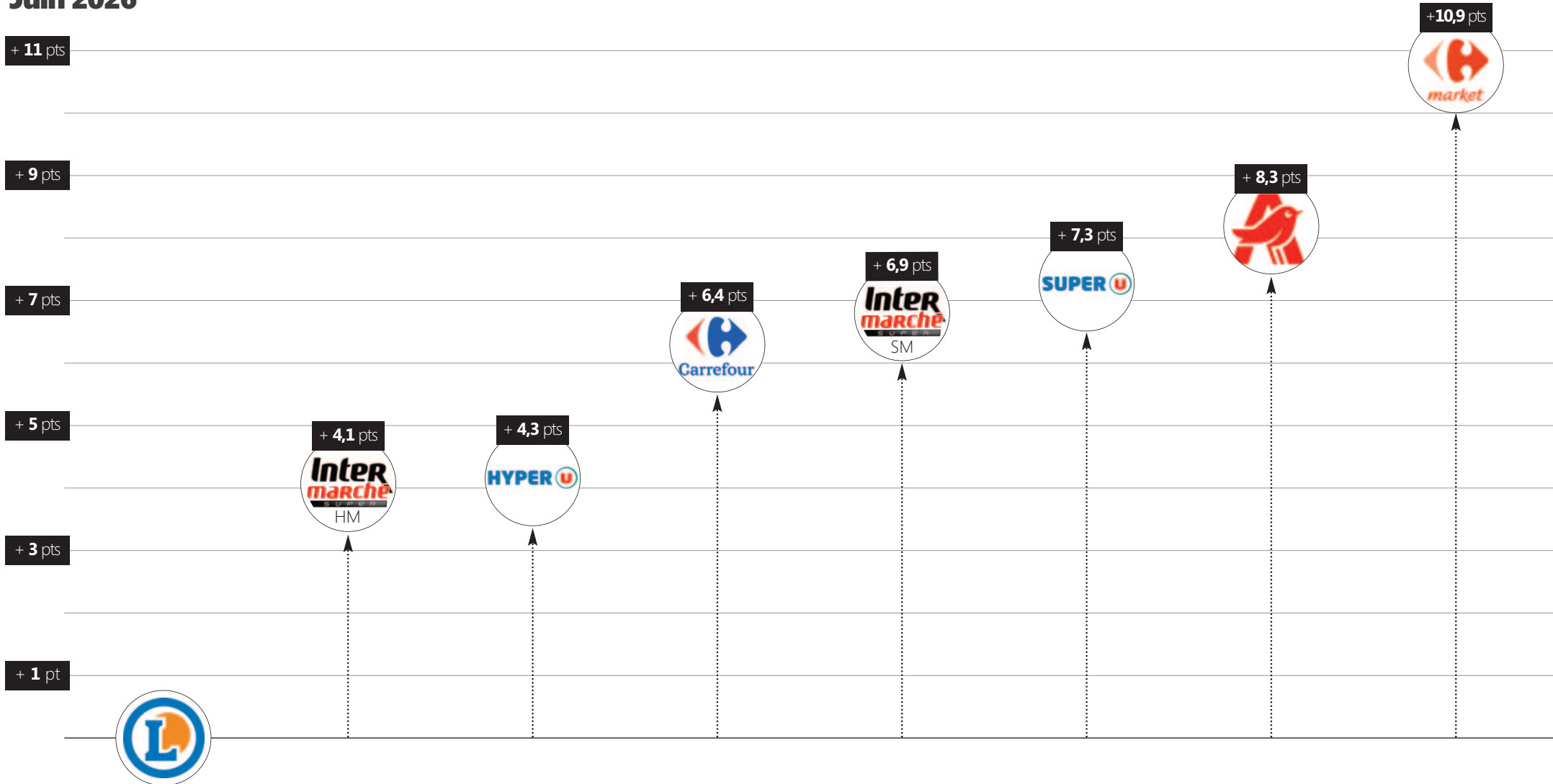
a3distrib
by NielsenIQ



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

Junin 2026

a3distrib
by NielsenIQ



LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

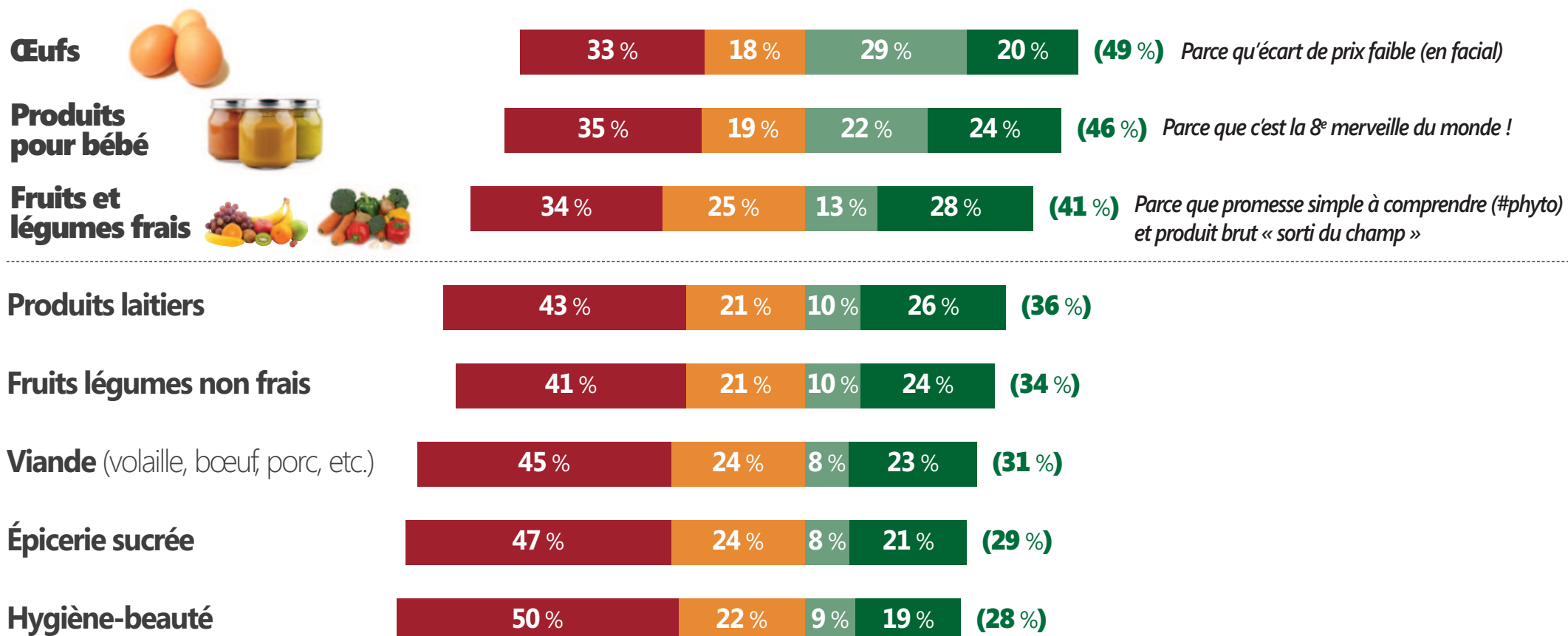
LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

CE QUE LES FRANÇAIS DISENT ACHETER EN BIO




Pour chacun des produits suivants, diriez-vous que vous l'achetez... (Le TOP 8)



LE PRIX DE CRISTALINE (6 X 1,5 L)

Prix relevés en drive (le 14 juin)

E.Leclerc 	1,11 €
HYPER 	1,12 €
SUPER 	1,13 €
Auchan	1,14 €
Carrefour 	1,14 €
Intermarché SUPER	1,14 €
market 	1,16 €

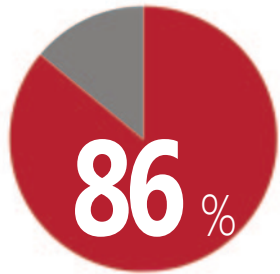


1,19 €	Auchan supermarché
1,19 €	chronodrive
1,20 €	SUPERMARCHÉ MATCH
1,29 €	MONOPRIX
1,40 €	Carrefour  contact
1,44 €	Carrefour  city

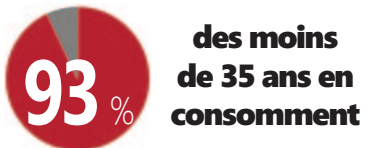
LES FRANÇAIS ET LES CHIPS

> Étude avril 2026 Opinionway pour Intersnack

 Intersnack 



des Français
consomment
des chips




des moins
de 35 ans en
consomment

81%
« Les chips sont
un petit plaisir
qui fait du bien »



83% 
Le principal irritant ?
« Les miettes au fond
du paquet »

73% 
« Les chips font partie de la
culture alimentaire française »

LA CHIPS IDÉALE ?

Croustillante

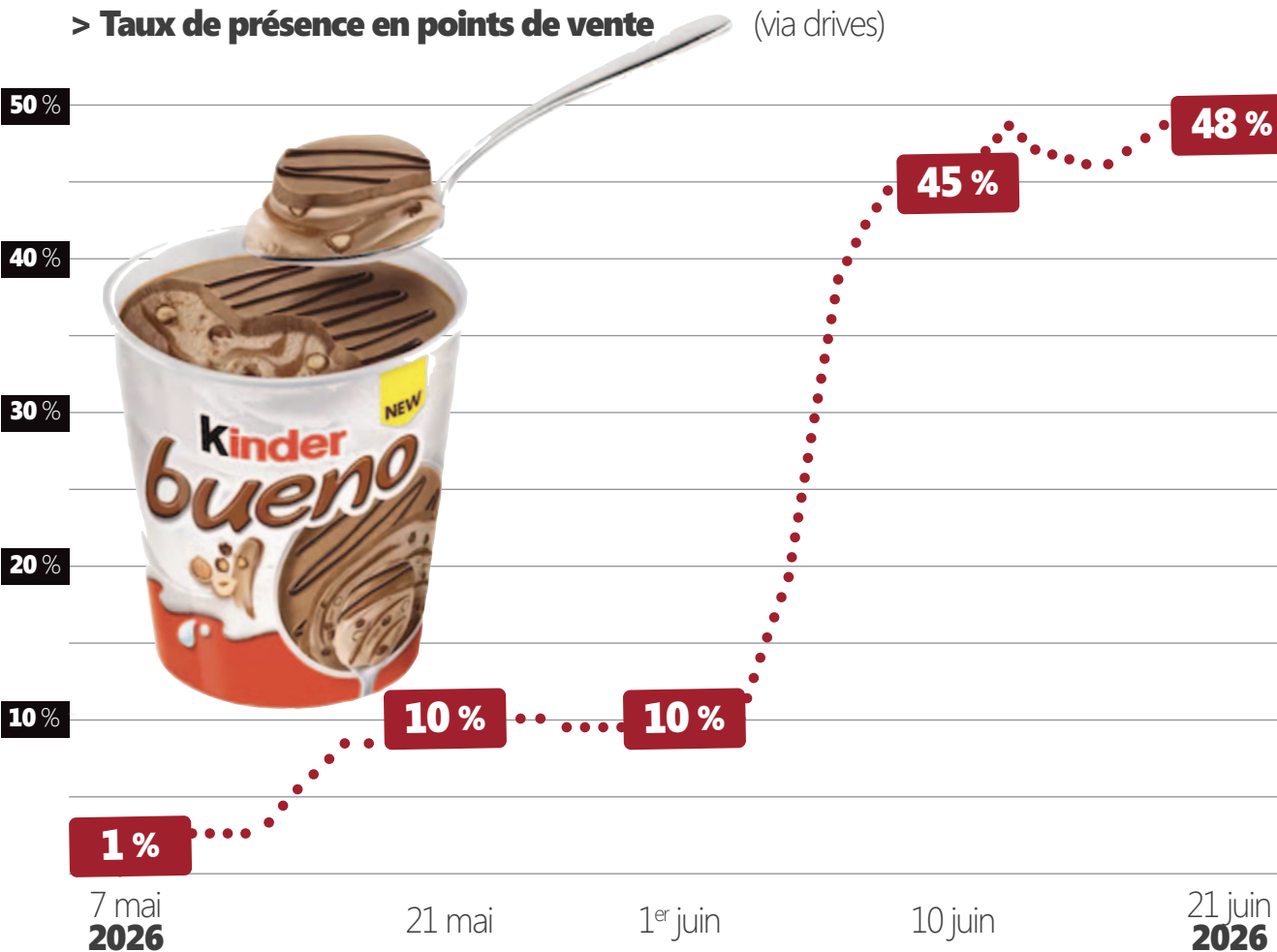
POUR 83% DES FRANÇAIS













LA MONTÉE EN PUISSANCE DE LA GLACE KINDER BUENO

a3distrib
by NielsenIQ

> Taux de présence en points de vente (via drives)



> Prix moyen par enseignes (via drives, le 21 juin)

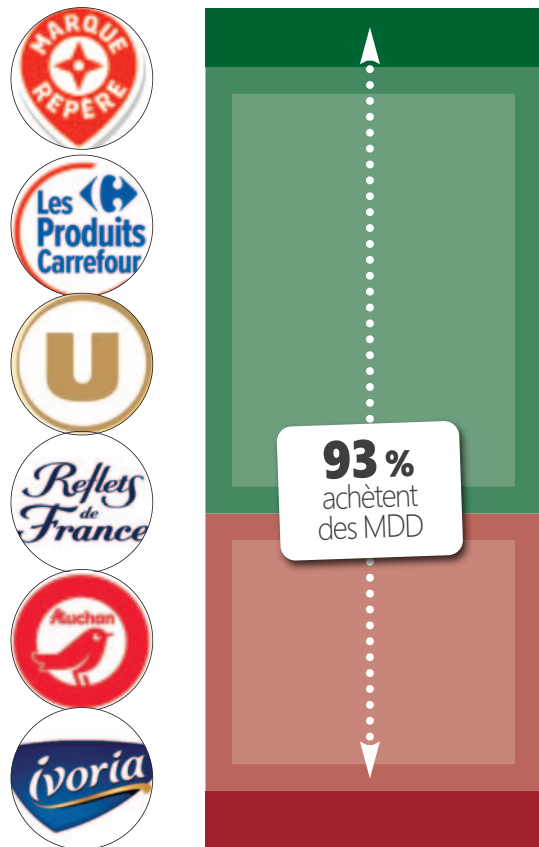
Carrefour 	4,69 €
Carrefour market 	4,70 €
E.Leclerc 	4,74 €
Intermarché HYPER 	4,93 €
HYPER U 	4,95 €
SUPER U 	4,97 €
Auchan 	4,98 €
SUPERMARCHÉ MATCH 	4,99 €
Intermarché SUPER 	5,06 €
Auchan supermarché 	5,09 €

TOUS LES CONSOMMATEURS (OU PRESQUE) ACHÈTENT DES MDD

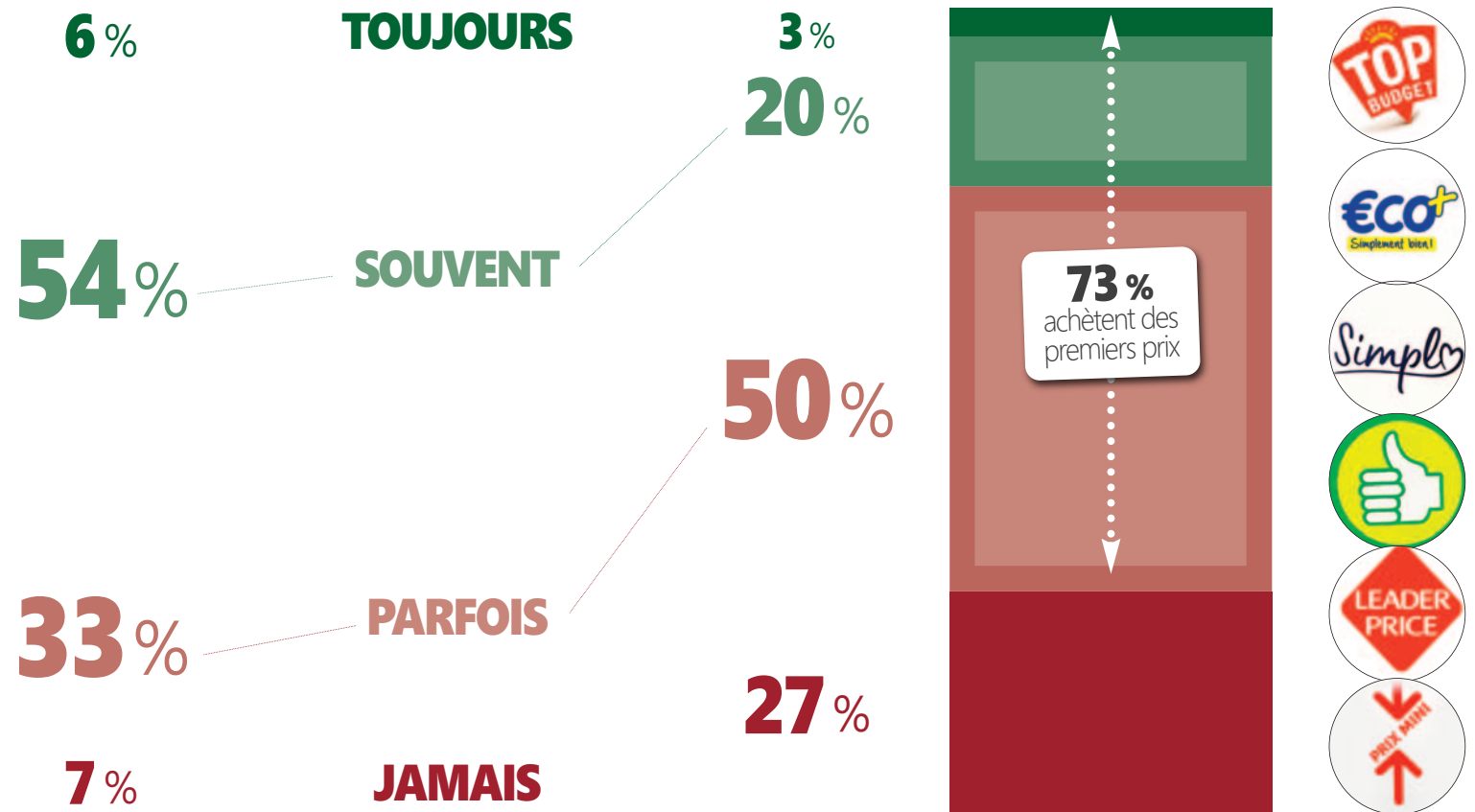
leboncoin
Publicité

2026, base 502 utilisateurs Leboncoin

> Achetez-vous des **MDD** ?

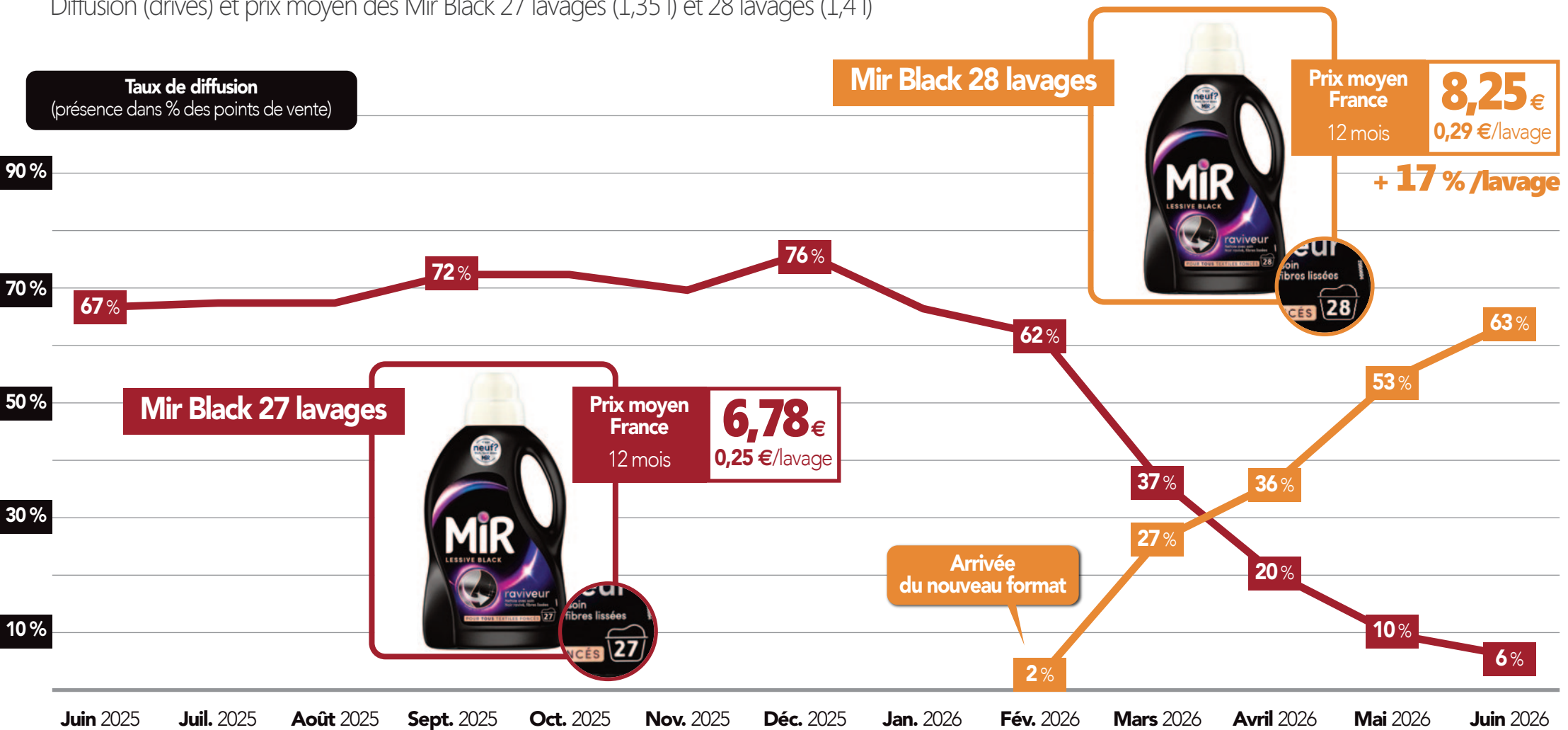


> Achetez-vous des **PREMIERS PRIX** ?



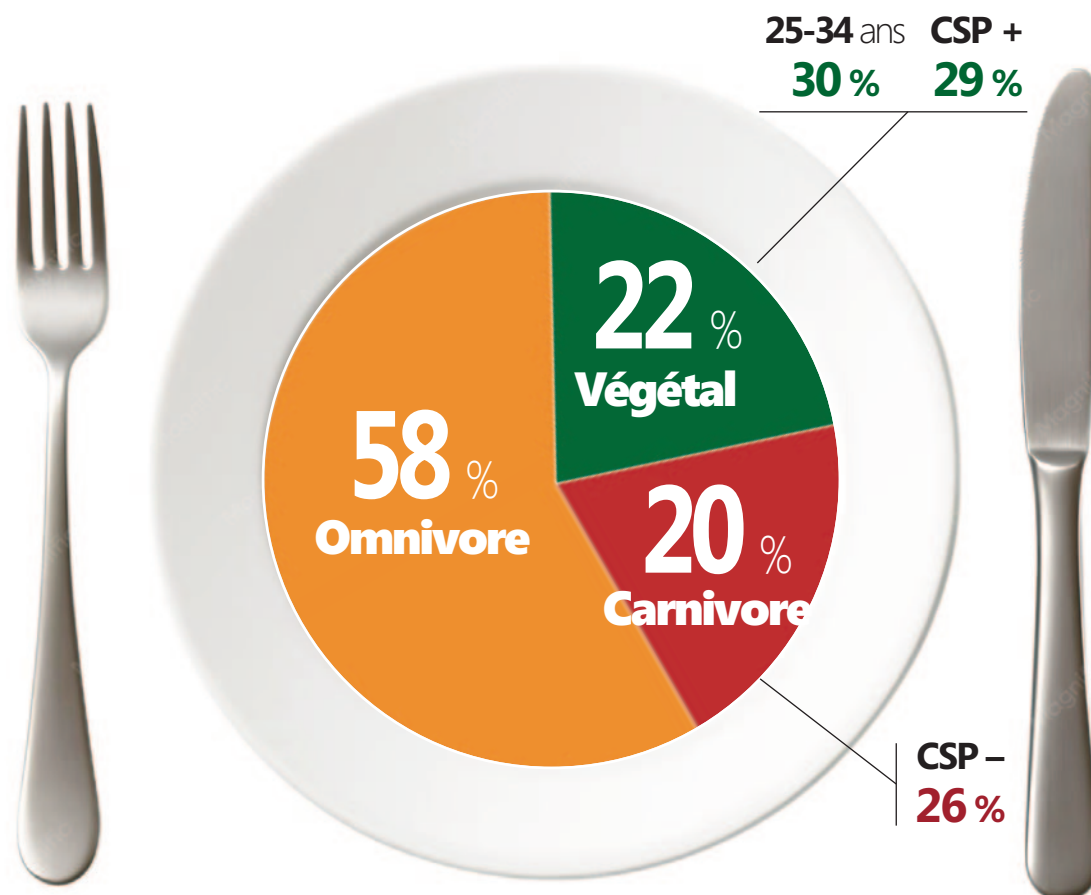
LA STRETCHFLATION PAR L'EXEMPLE : MIR BLACK

Diffusion (drives) et prix moyen des Mir Black 27 lavages (1,35 l) et 28 lavages (1,4 l)

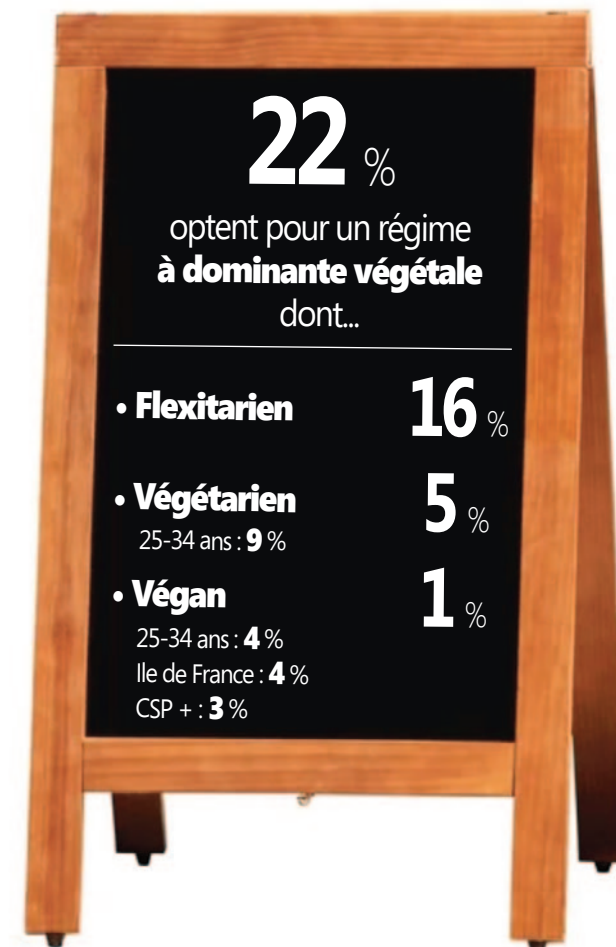


LES RÉGIMES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

« À quel régime alimentaire vous identifiez-vous... ? »








opinionway



LE PRIX DE MONT BLANC CHOCOLAT SELON LES ENSEIGNES

Boite de 570 g, observé en drives le 27 juin

E.Leclerc 	2,38 €
HYPER 	2,43 €
Intermarché 	2,49 €
SUPER 	2,49 €
Carrefour 	2,54 €

Prix moyen France

2,56 €



Évolution du prix moyen France (juin)



2,59 € **Carrefour market** 

2,59 € **Auchan**

2,70 € **Auchan** supermarché

2,86 € **SUPERMARCHÉ MATCH**

Indice

112

Le moins cher France
1,50 €

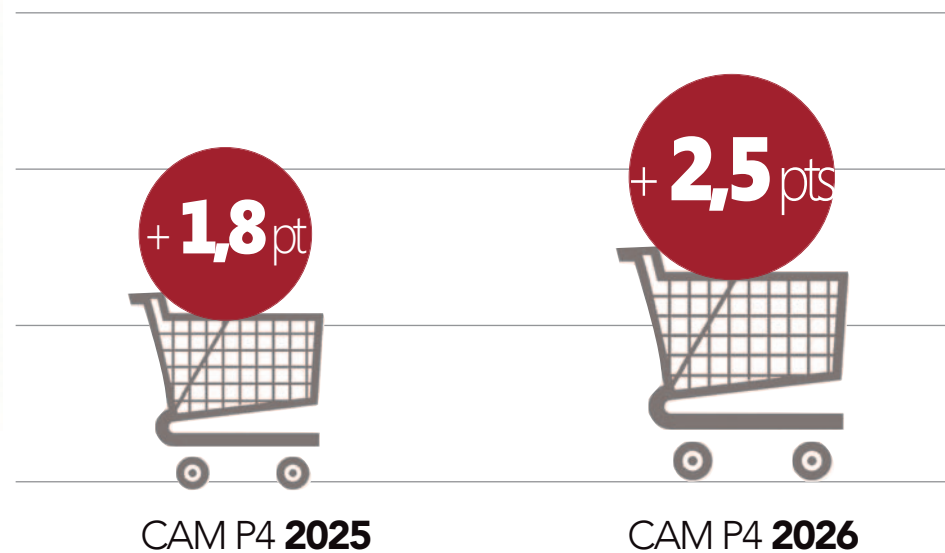


Beynat (19)

L'IMPACT DES FORCES DE VENTE SUR LA PERFORMANCE



> **LA PART DE MARCHÉ** (de la marque dans son rayon) **EST SUPÉRIEURE DANS LES MAGASINS VISITÉS**



← La part de marché est supérieure de 2,5 pts en moyenne dans les magasins visités vs les non visités

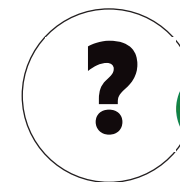
← Amélioration de la performance des forces de vente vs N-1 !



VRAI
quel que soit le rayon



VRAI
quelle que soit la taille
de la force de vente



Toutes les forces de vente ?



OUI
90 % ont un impact positif
sur la PDM

LE TOP 15 DES CATÉGORIES EN PROXIMITÉ

> Indice poids des ventes UC des catégories en Proxi vs total France

CAM P3 2026



Vodka



Sandwich



Desserts
non laitiers



Bières



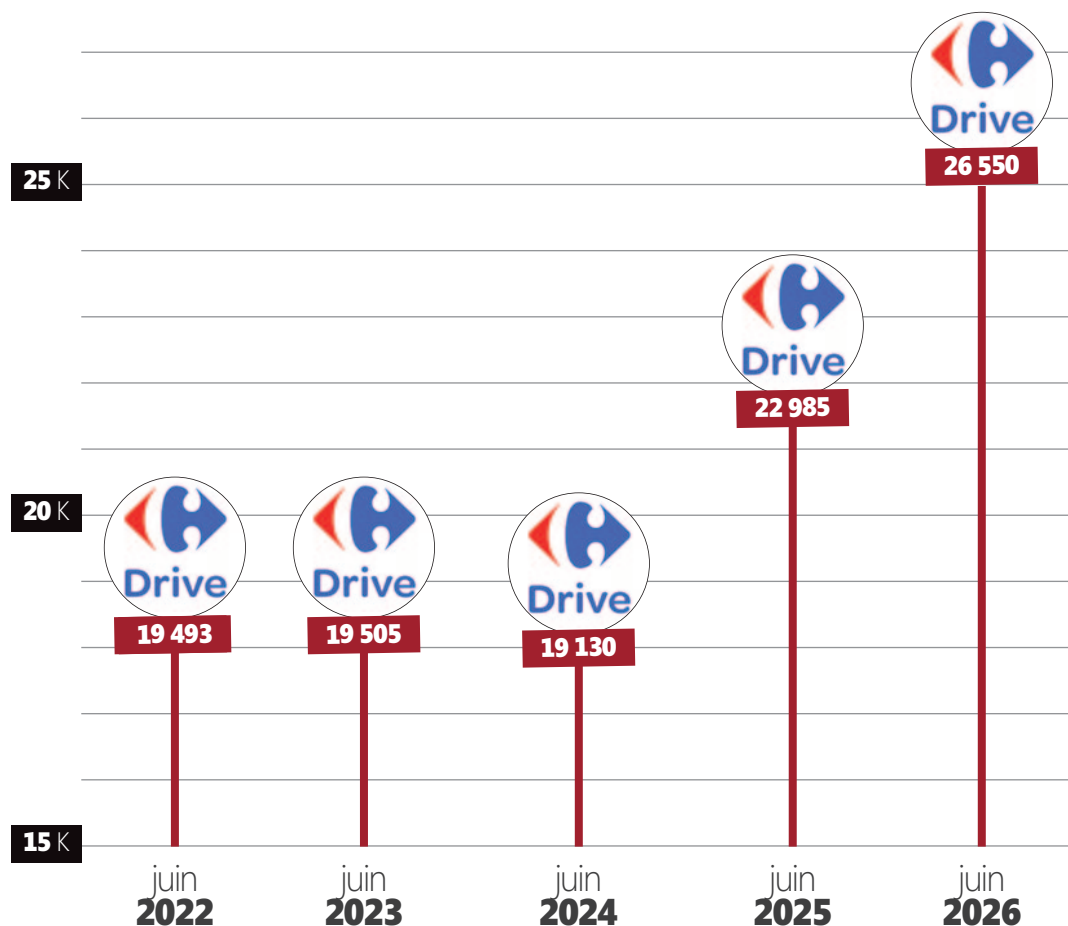
Sodas

NielsenIQ

Lait frais	167
Boissons plates sans alcool	162
Bonbons	161
Jus réfrigérés	157
Chips	157
Gin	156
Téquila	149
Whisky	144
Soupe fraiche	142
Anisés	133
Pizza, quiche et tarte	128
Rosé aromatisé	127
Confiserie de chocolat	127
Boissons lactées	126
Eaux gazeuses naturelles	124











L'ASSORTIMENT DRIVE PAR ENSEIGNE

> L'évolution de l'offre drive des hypers Carrefour



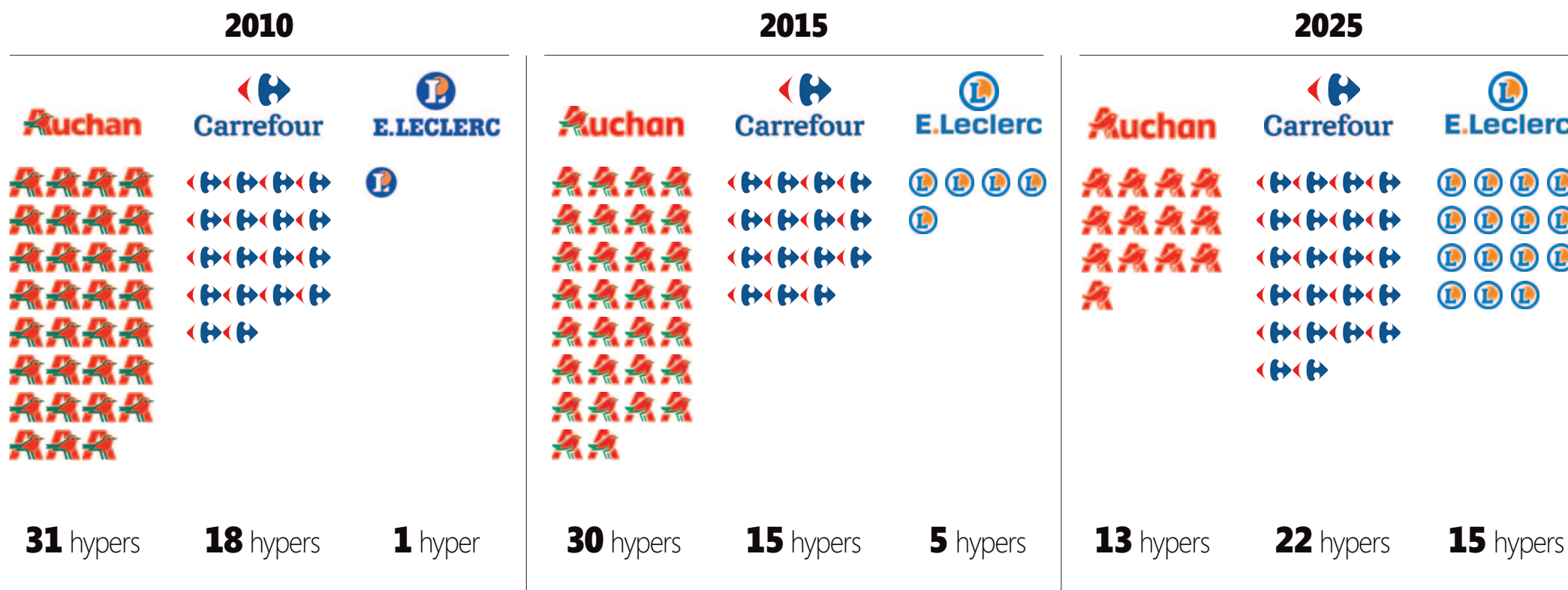
a3distrib
by NielsenIQ

> L'offre drive par enseigne (juin 2026)

Carrefour 	26 550 réfs.
HYPER U 	24 718 réfs.
Intermarché 	20 957 réfs.
SUPER U 	18 860 réfs.
Intermarché 	15 758 réfs.
SUPERMARCHÉ MATCH 	13 625 réfs.
Auchan 	12 968 réfs.
Carrefour market 	12 305 réfs.
E.Leclerc 	10 997 réfs.
chronodrive 	7 896 réfs.

AUCHAN N'EST PLUS LE ROI DE L'HYPER

> LES ENSEIGNES REPRÉSENTÉES DANS **LE TOP 50 DES HYPERS FRANCE**



éditions
DAUVERS

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

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr