

CONSOSCOPIE

Les insights pour comprendre la conso

Septembre 2026

➔ **LE MARCHÉ**

LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

VIGIE GRANDE CONSO

TOUS LES MOIS

UN NIVEAU
D'ANALYSE INÉGALÉ

ÉCO/CONSO - RETAIL FRANCE - RETAIL WORLD

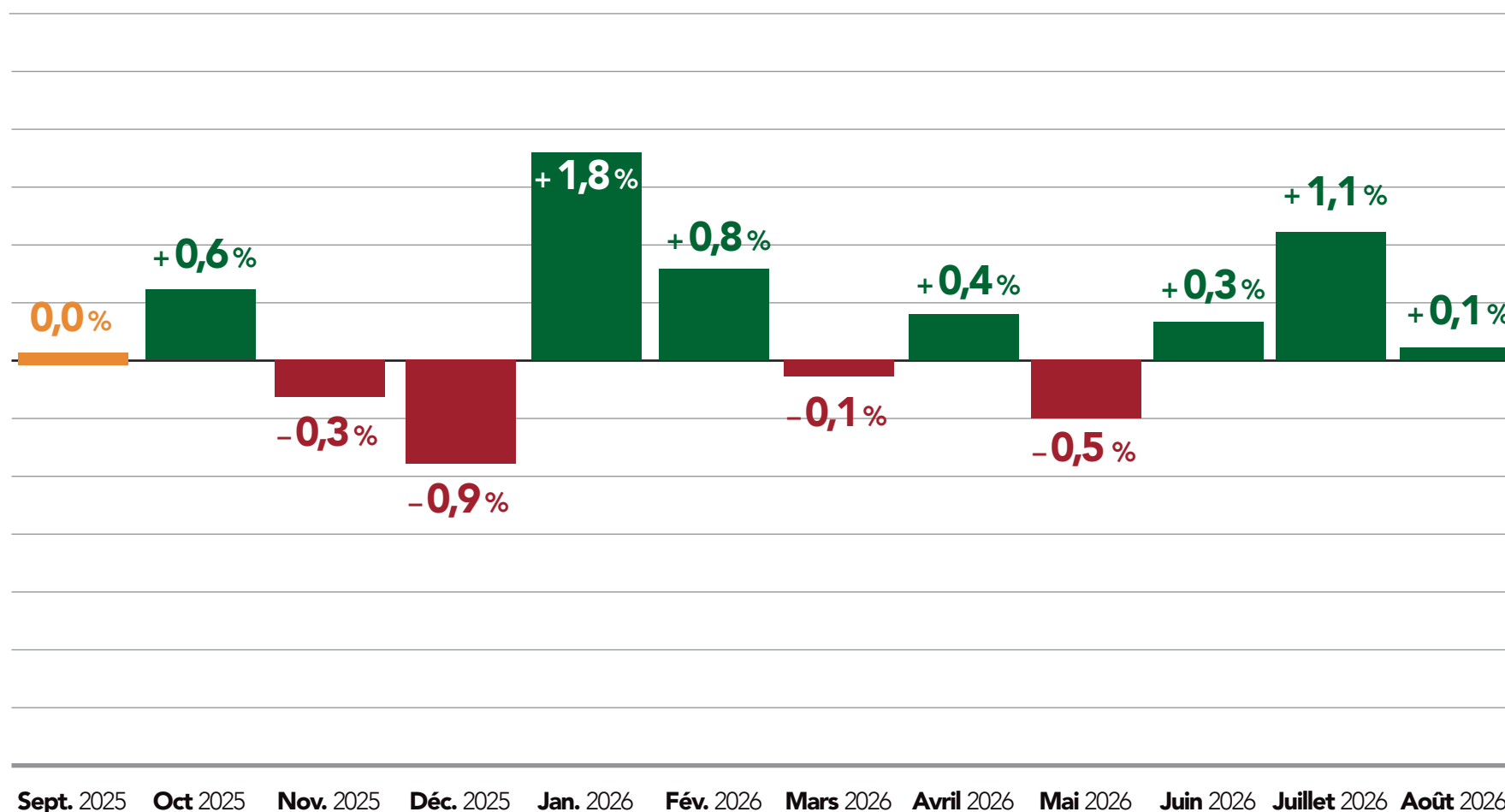
Nos engagements :

- > Droit au but : une info 100 % décryptée et mise en scène
- > La qualité d'analyse (et la liberté de ton) "Editions Dauvers"
- > Un concentré d'infos exclusives sur 28 pages, sans pub



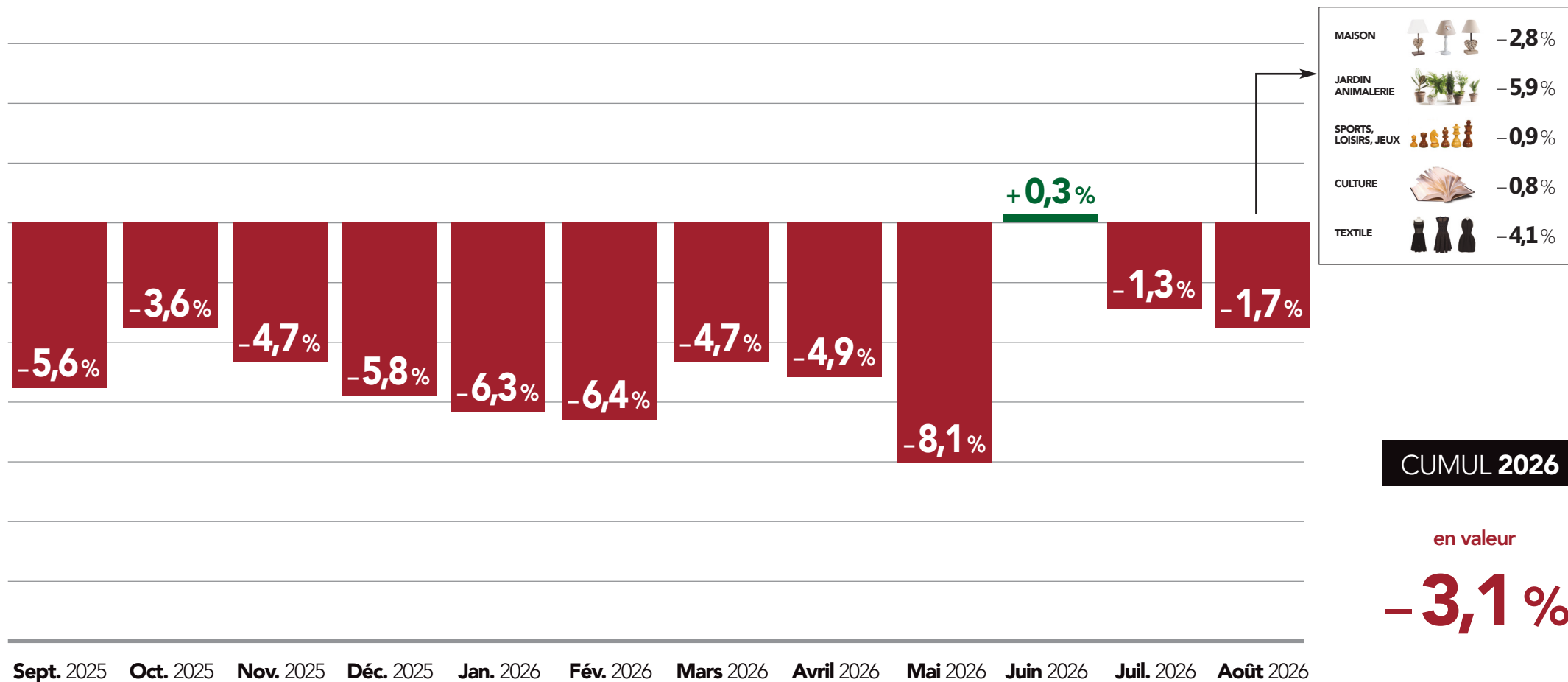
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS PRODUITS

Hypers supers e-commerce GSA



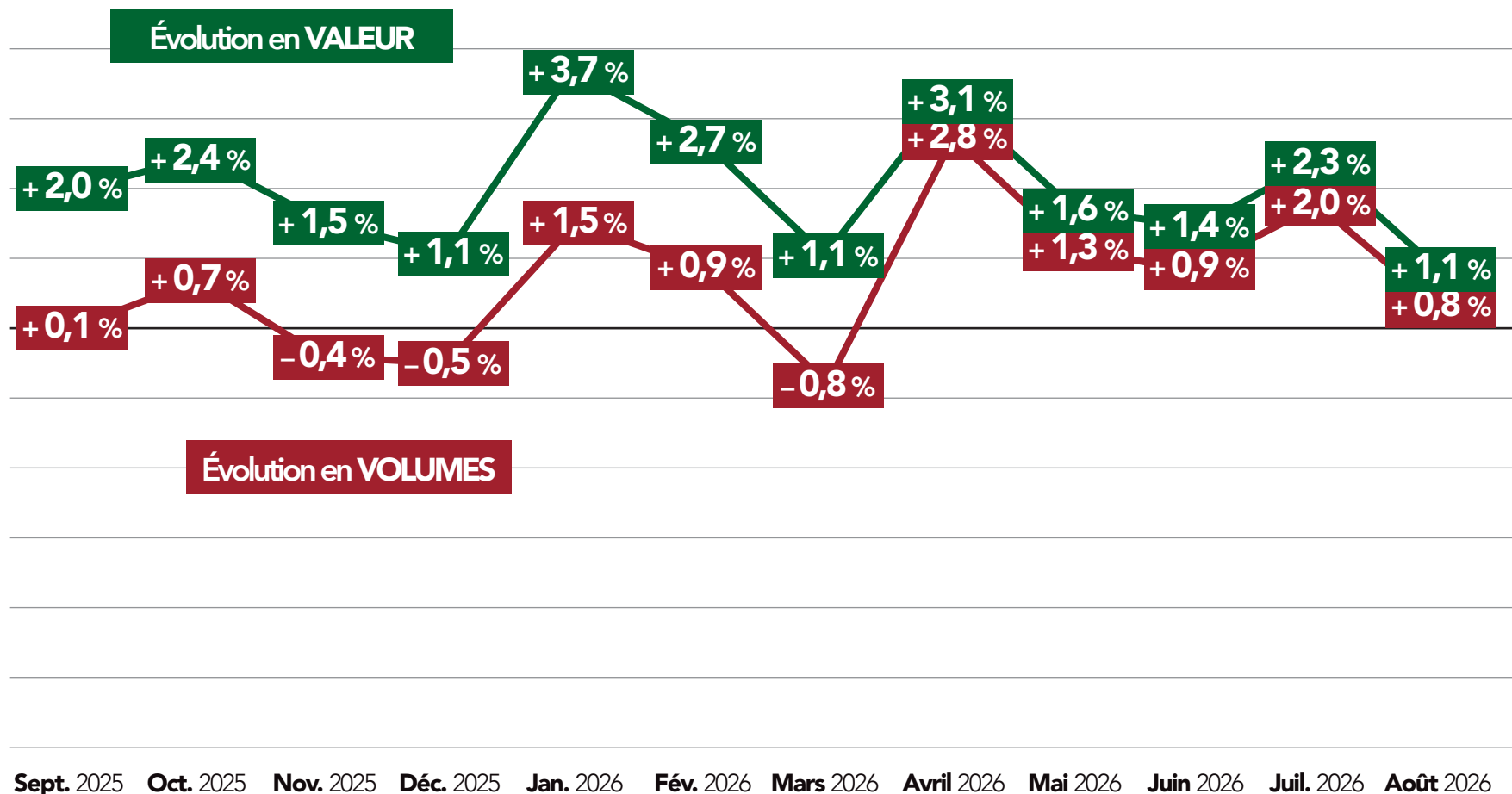
ÉVOLUTION DU CA NON-ALIMENTAIRE

Hypers supers e-commerce GSA



ÉVOLUTION DES VENTES ALIMENTAIRES PGC / FRAIS LS

En volumes / valeur, tous circuits GSA



CUMUL 2026

en valeur

+ 2,1 %

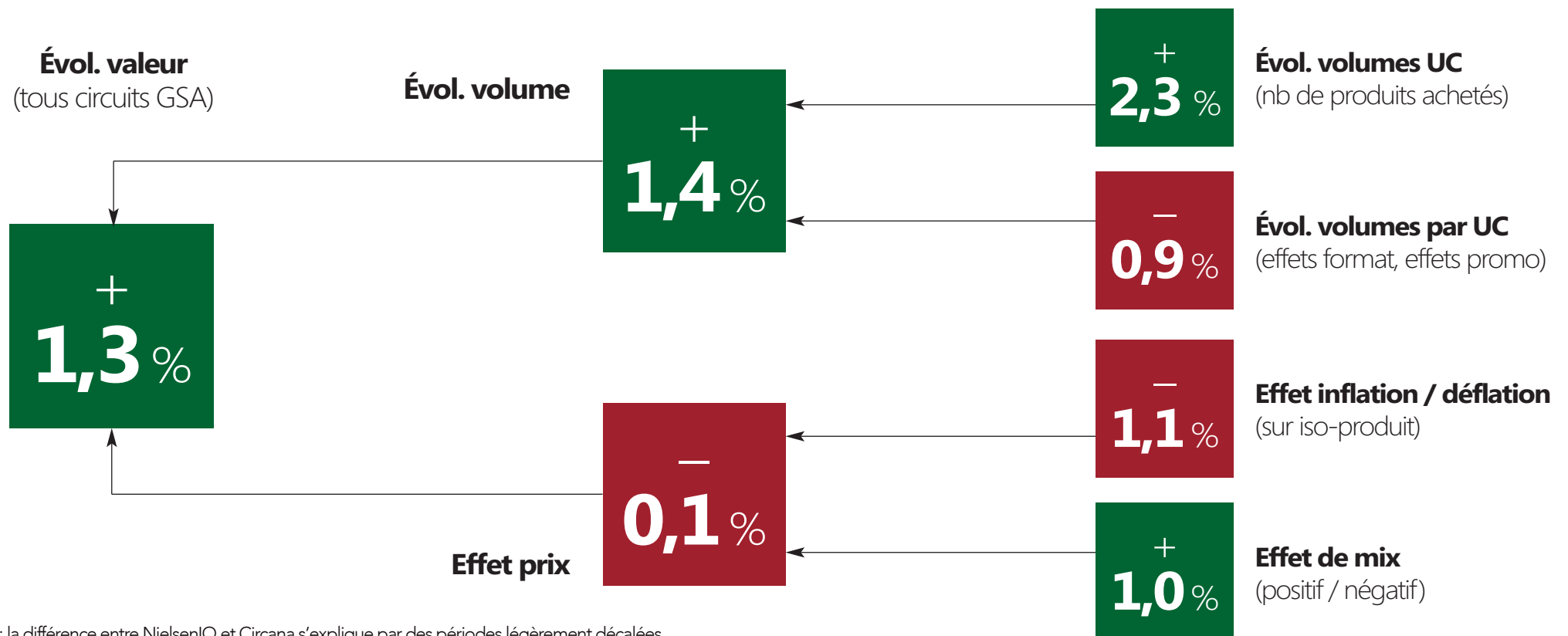
en volumes

+ 1,2 %

LES DÉTERMINANTS DE LA CROISSANCE

NielsenIQ

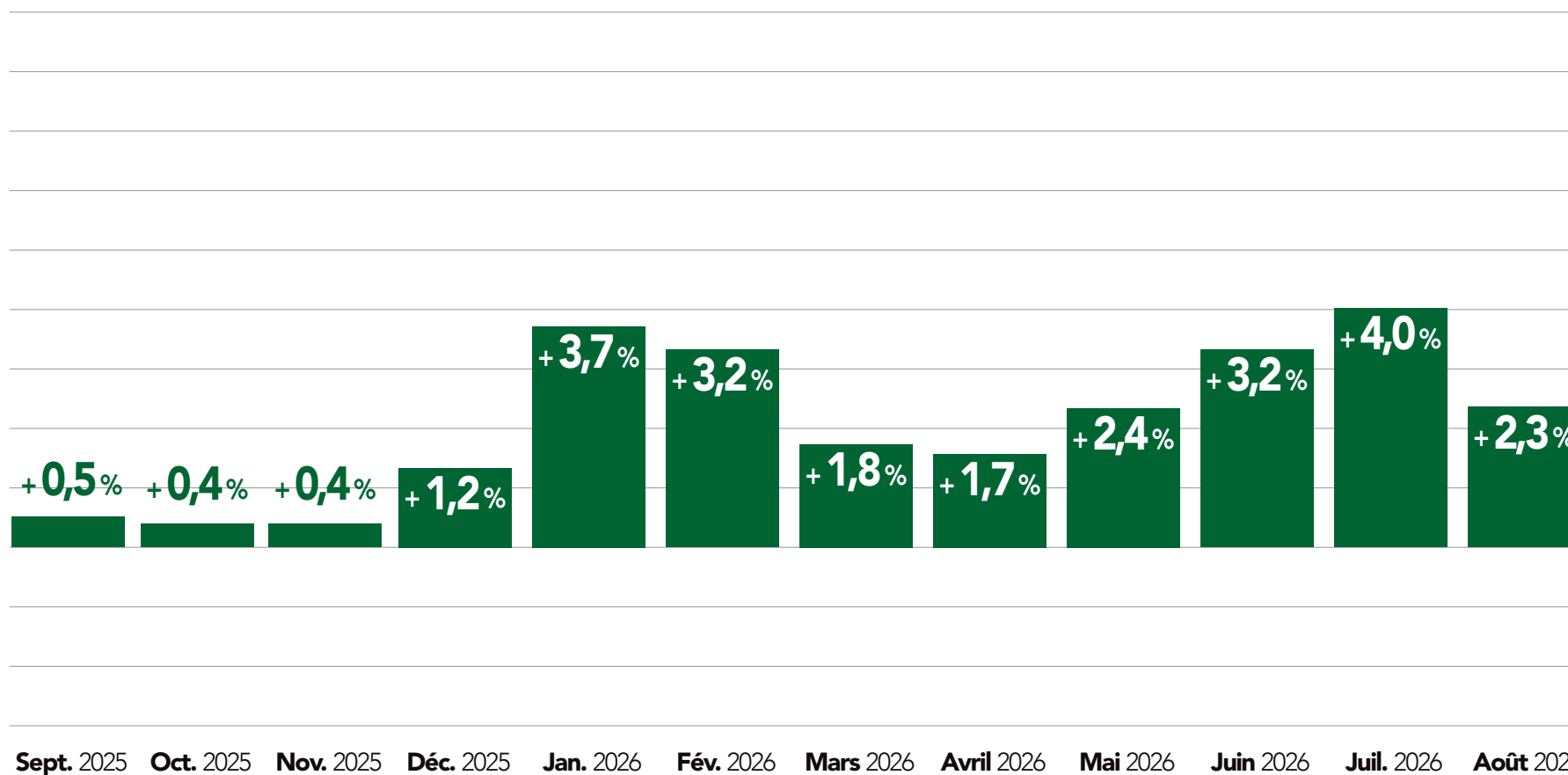
Sur un mois / P9 2026, évolution vs N-1, PGC Frais LS



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

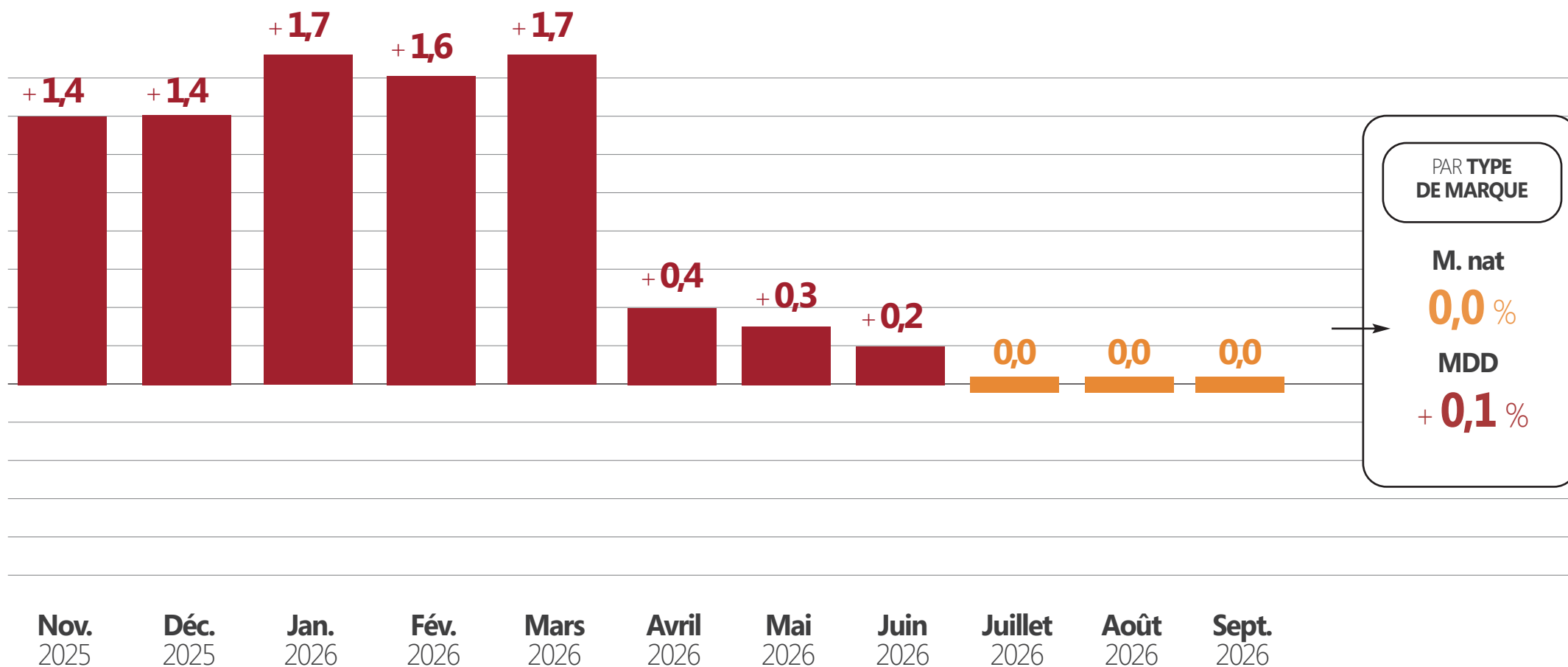
en valeur

+ 2,8 %

ÉVOLUTION DES PRIX PGC FRAIS LS



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

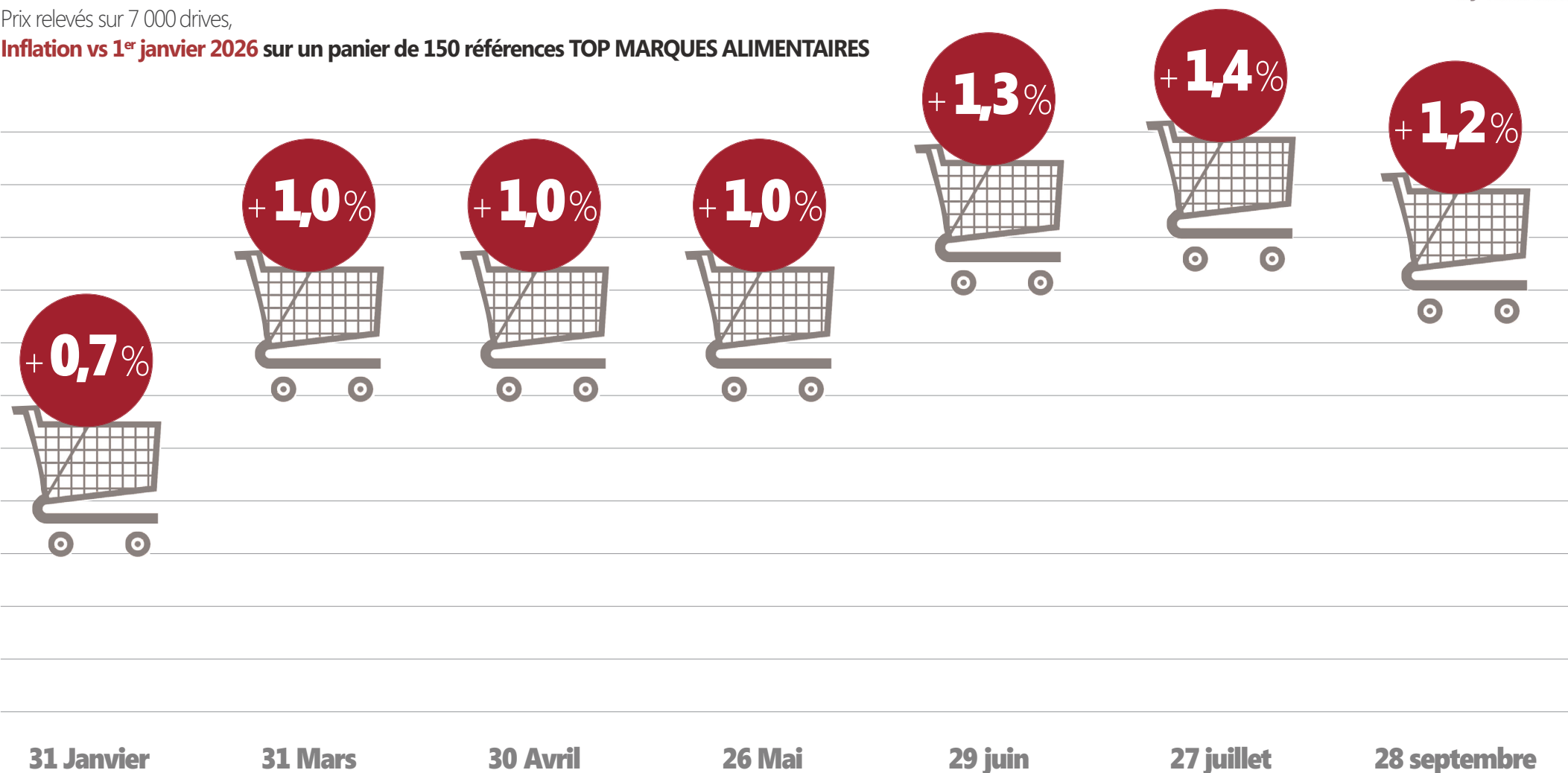


L'INFLATION 2026 D'UN PANIER DE 150 "STARS" DE L'ALIMENTAIRE

Prix relevés sur 7 000 drives,

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

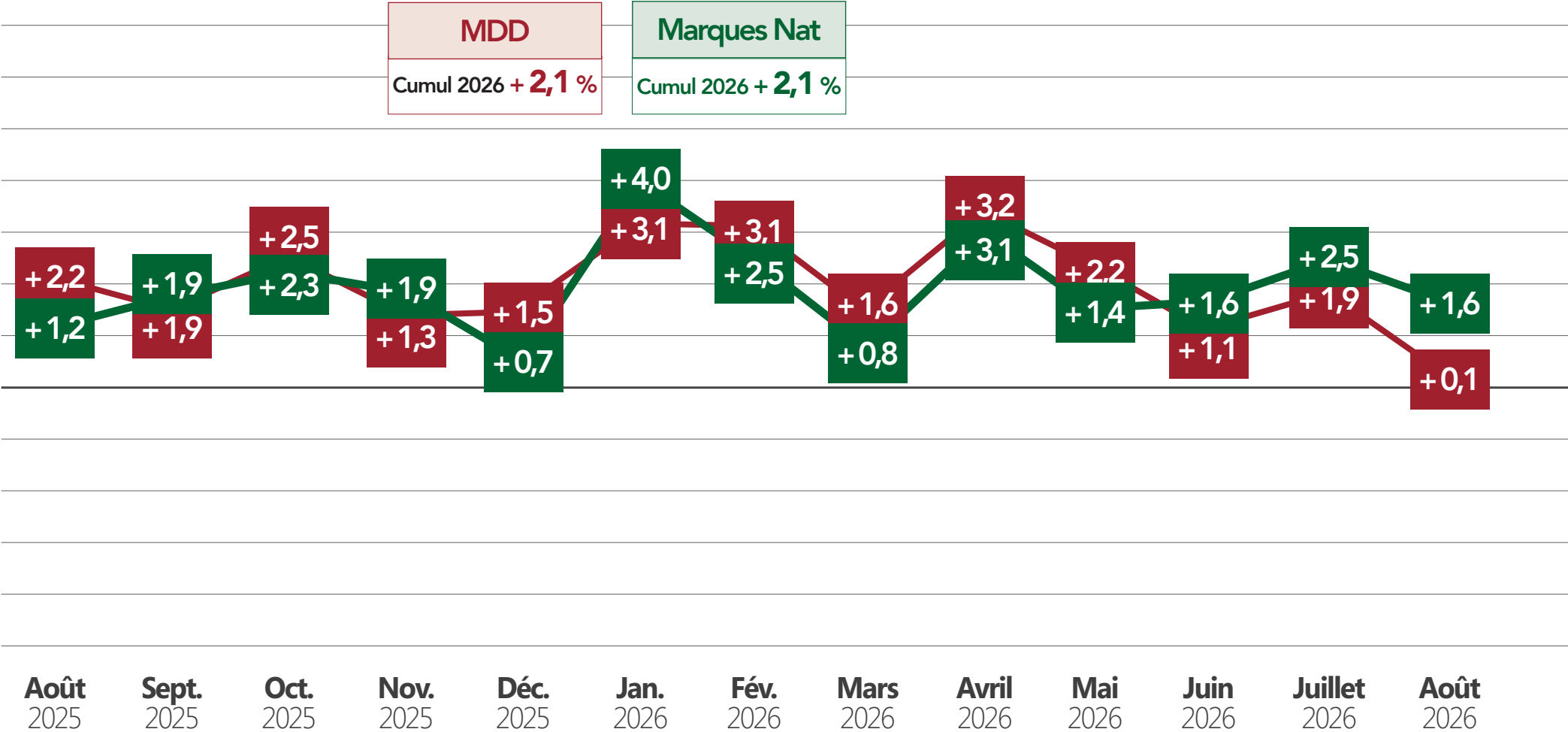
a3distrib
by NielsenIQ



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



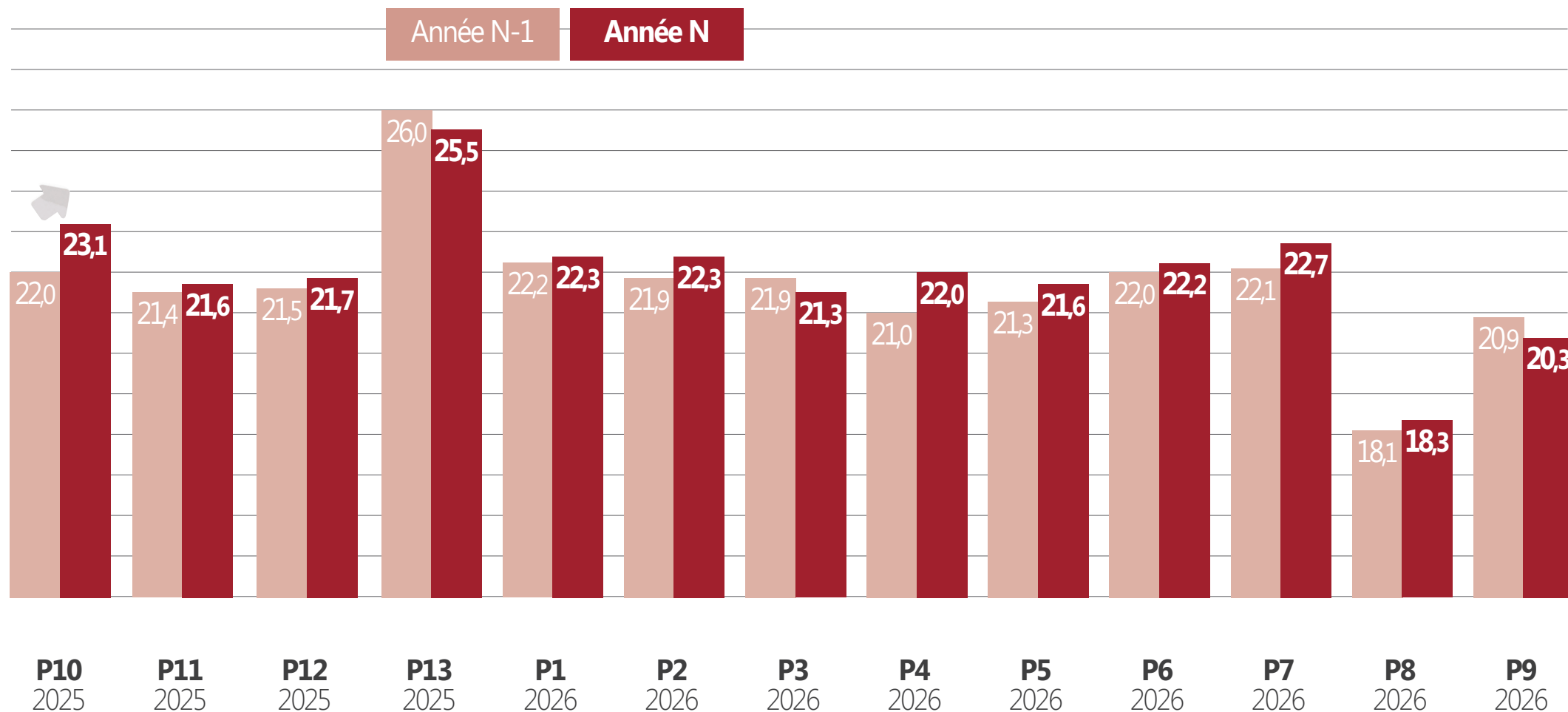
Sur PGC Frais LS, en valeur, tous circuits



LES VENTES **SOUS PROMO**

NielsenIQ

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





**Une nouvelle façon de livrer,
pensée pour vos magasins !**

plus rapide



plus humain



plus local



Tut Tut 

LE MARCHÉ



LES CIRCUITS

LES RAYONS

LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / P9 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



Drive

LAD

Évol
du CA

-1,6 % +0,8 % +0,7 % -3,4 % +5,3 % +11 % +1,7 % +6,4 % +9,4 %

% des
ventes

15,1 % 20,2 % 20,8 % 10,2 % 7,2 % 3,6 % 13,7 % 7,9 % 1,3 %
35,3 % 31,0 % 10,8 % 9,2 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES ET LE POIDS DES CIRCUITS / CAM P9 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

Évol du CA

-0,4 % +2,0 % +2,0 % -2,2 % +5,2 % +9,2 % +2,4 % +5,9 % +12 %

% des ventes

15,7 % 19,7 % 20,3 % 10,4 % 7,4 % 3,0 % 14,0 % 8,3 % 1,3 %

35,4 % 30,7 % 10,4 % 9,6 %

L'ÉVOLUTION DES VENTES DES CIRCUITS

VOLUMES

NielsenIQ

En volumes UC sur PGC Frais LS



HM > 7 500 m²



SM > 2 000 m²

SM < 2 000 m²



Urbaine

Rurale



Drive

LAD

P9 2026

− 0,7 %

+ 1,3 %

+ 1,9 %

− 2,1 %

+ 6,8 %

+ 12 %

+ 3,5 %

+ 6,3 %

+ 6,6 %

CAM
P9 2026

− 0,9 %

+ 2,0 %

+ 2,1 %

− 2,0 %

+ 5,3 %

+ 9,2 %

+ 3,0 %

+ 5,6 %

+ 10 %

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

➔ **LES RAYONS**

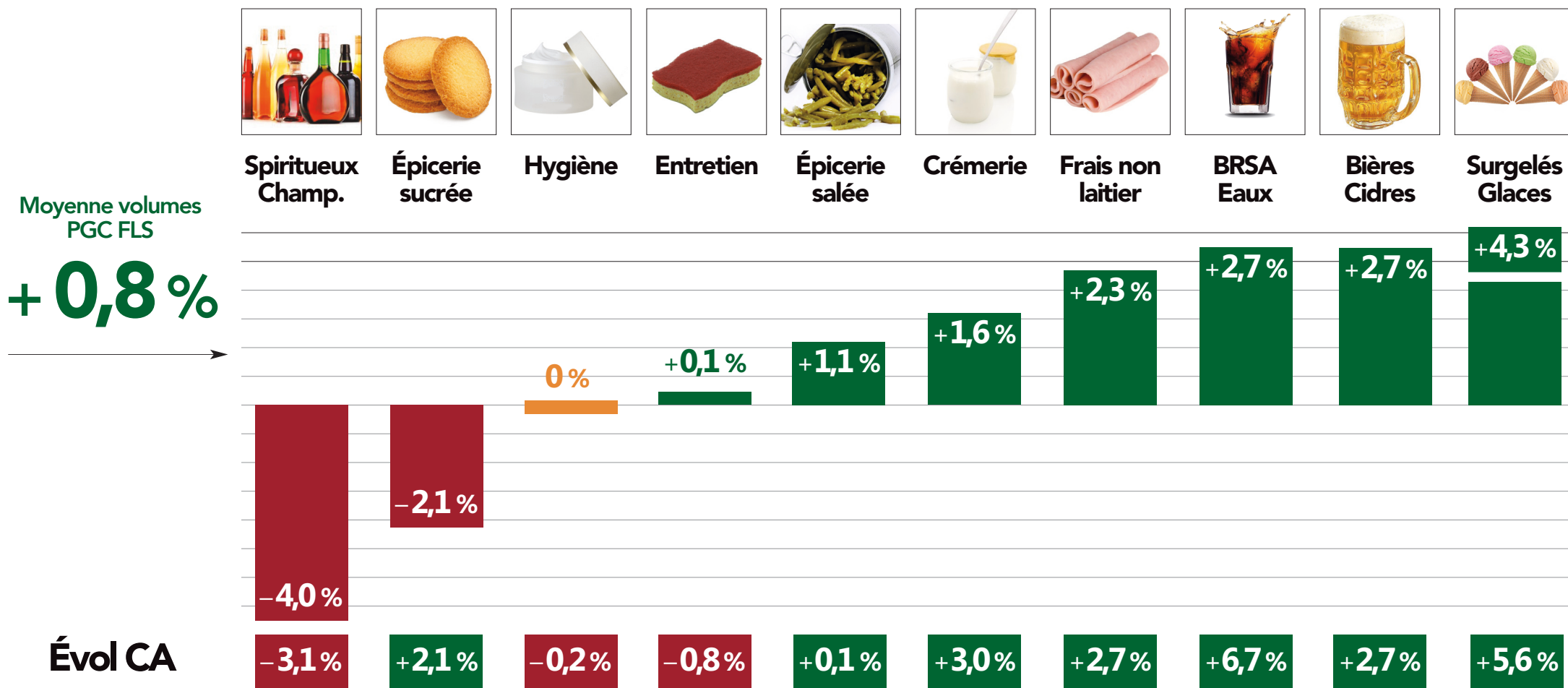
LES ENSEIGNES

LES BONUS (DU MOIS)

L'ÉVOLUTION EN VOLUMES ET VALEUR SELON LES RAYONS



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



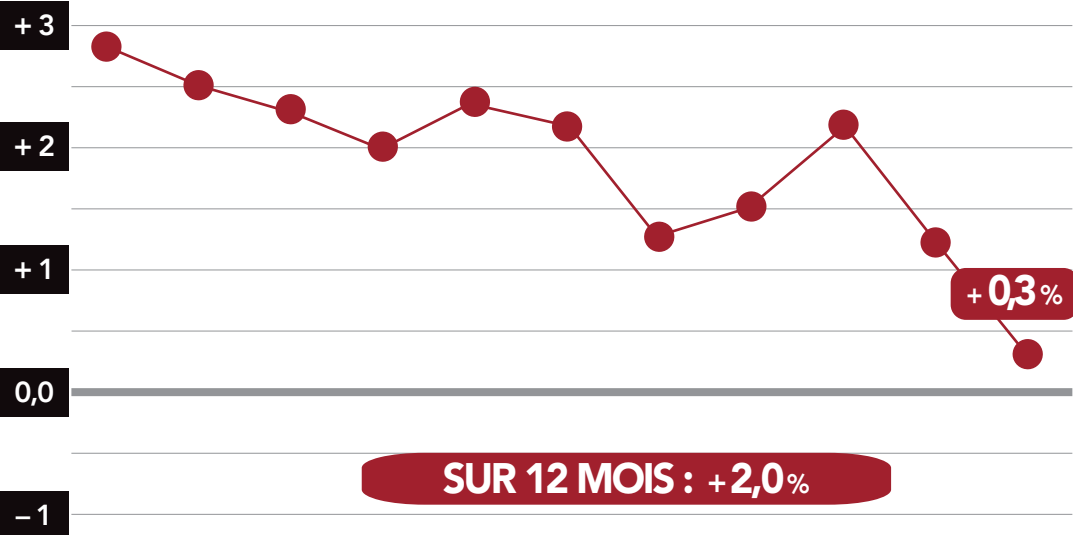
ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS

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



HYPERS

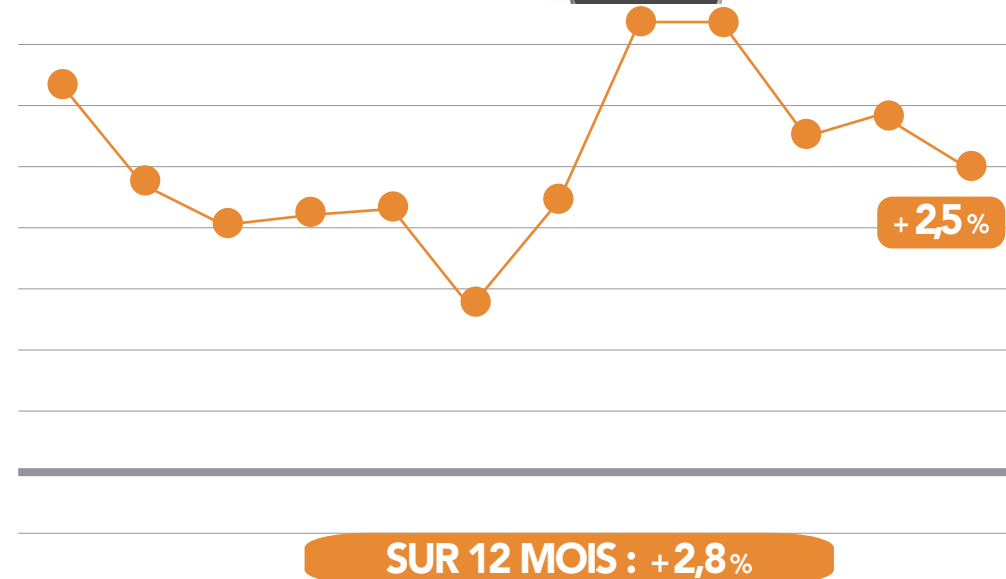
En %



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



SUPERS



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

ÉVOLUTION DES ASSORTIMENTS PAR TYPE DE MARQUES

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



AOÛT 2026

En %

+ 4

+ 3

+ 2

+ 1

0,0

- 1

Grands
groupes

Groupes
intermédiaires

PME

MDD
classiques

MDD
thématiques

MDD
éco

+0,6

+2,2

+3,8

+2,3

+2,1

+4,6

CUMUL 2026

+1,2

+2,5

+4,3

+3,4

+1,6

+6,2

Grands
groupes

Groupes
intermédiaires

PME

MDD
classiques

MDD
thématiques

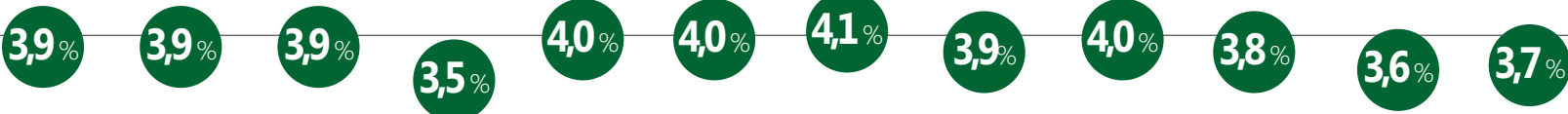
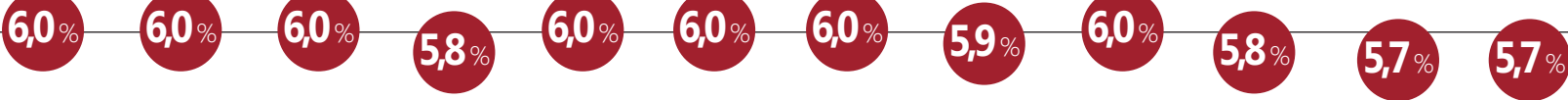
MDD
éco

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)

5,9%

DEMANDE
(le bio dans les paniers)

3,9%

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

PARTS DE MARCHÉ MN & MDD

NielsenIQ

P9 2026, en valeur. Parts de marché PGC Frais LS et évolution des ventes.
HM SM+SDMP+E-commerce+Proxi

MN
65,1 %

MDD
34,8 %

Grands
groupes
45,8 %

ETI
9,7 %

PME
7,4 %

TPE
2,1 %

Standard
29,5 %

Bio
1,8 %

Premium
1,6 %

1^{ers} prix
1,9 %

Évol
des ventes
(vs N-1)

+ **2,2 %**

+ **2,3 %**

+ **2,2 %**

+ **8,7 %**

+ **2,0 %**

+ **1,2 %**

+ **2,5 %**

– **0,6 %**



LES COMMUNAUTÉS AU SERVICE DE VOTRE PERFORMANCE



Crowdsourcing

- Store-checks
- Visites mystère
- Études Conso & Shopper

A smartphone displaying the WinMinuteConso mobile app login screen. The screen shows the WinMinuteConso logo at the top, followed by the word "BIENVENUE". Below this are two input fields: "Votre email" with an email icon and "Votre mot de passe" with a lock icon and an eye icon for toggling visibility. At the bottom is a red "Connexion" button. At the very bottom are two links: "Mot de passe oublié ?" and "Changer de compte".

Crowdselling

- Vente en Proxi
- Tirez profit du circuit le plus dynamique

A smartphone displaying the WinMinutePro mobile app login screen. The screen shows the WinMinutePro logo at the top, followed by the word "BIENVENUE". Below this are two input fields: "Votre email" with an email icon and "Votre mot de passe" with a lock icon and an eye icon for toggling visibility. At the bottom is a teal "Connexion" button. At the very bottom are two links: "Mot de passe oublié ?" and "Changer de compte".

Équipes terrain

- Reporting FDV
- Animation réseaux
- Déléguez vos store-checks

A smartphone displaying the ProChecking mobile app login screen. The screen shows the ProChecking logo at the top, followed by the word "BIENVENUE". Below this are two input fields: "Votre email" with an email icon and "Votre mot de passe" with a lock icon and an eye icon for toggling visibility. At the bottom is a blue "Connexion" button. At the very bottom are two links: "Mot de passe oublié ?" and "Changer de compte".

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

LES RAYONS

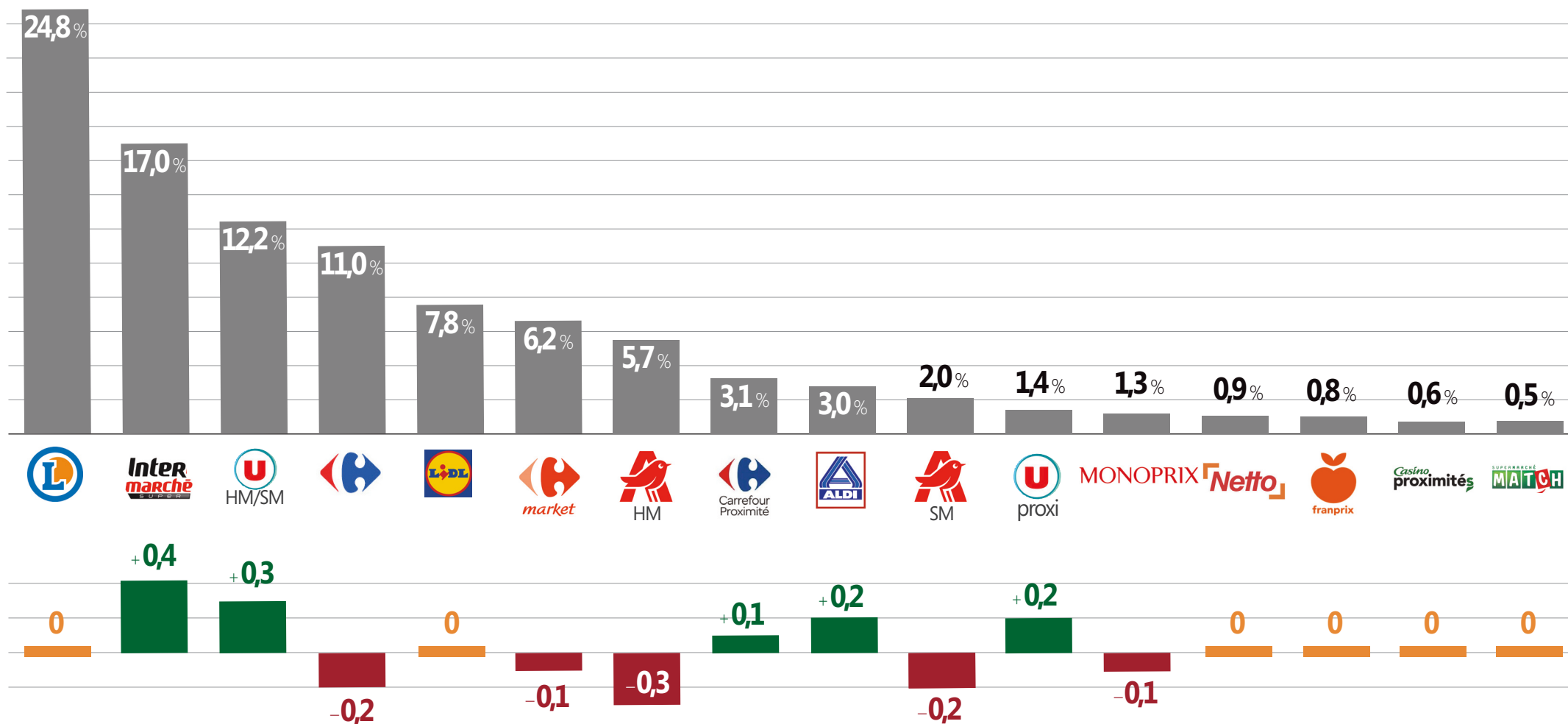
➔ **LES ENSEIGNES**

LES BONUS (DU MOIS)

PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P9 2026 (PAR ENSEIGNE)

Worldpanel
by Numerator

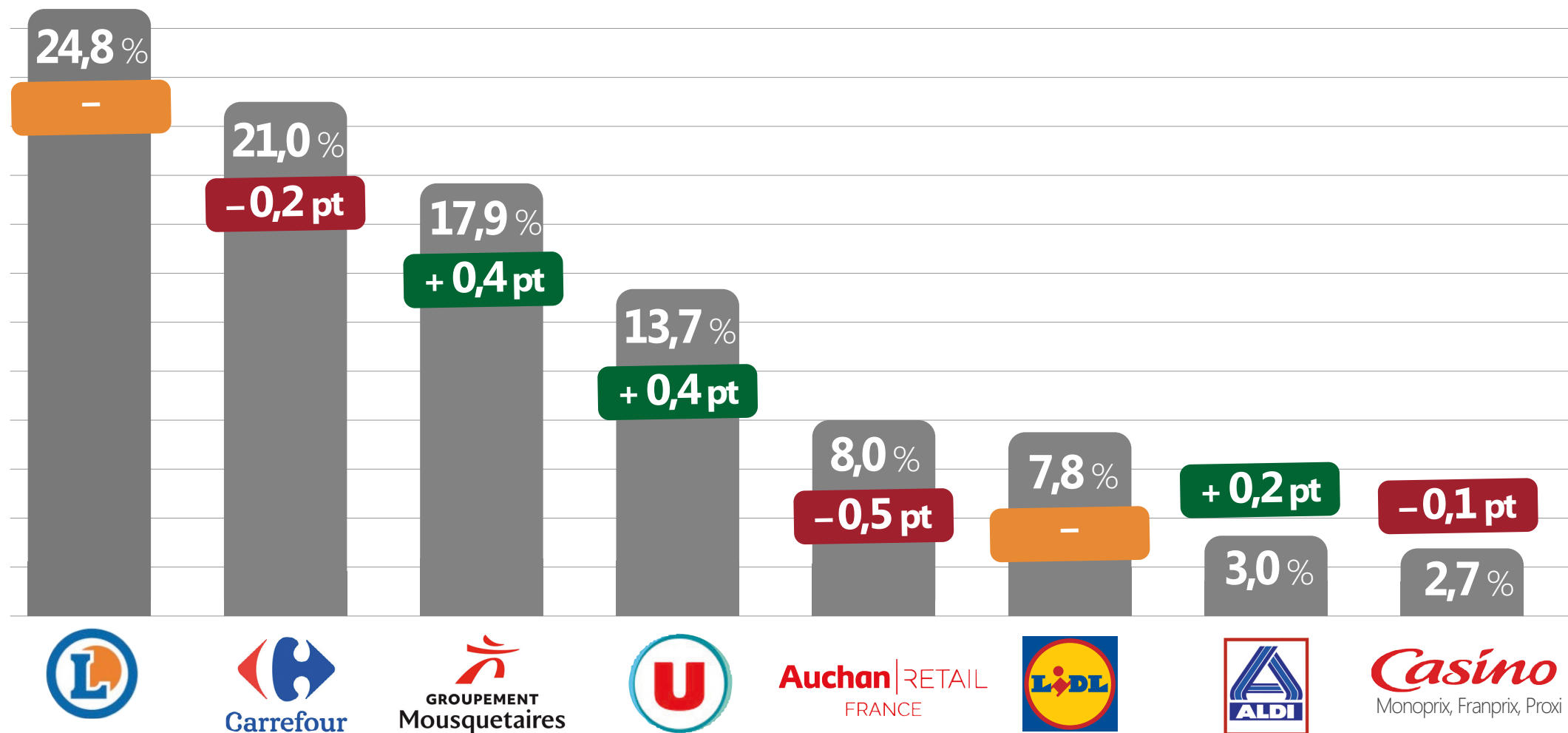
HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %. Évolution en pt de PDM vs N-1



PGC / FRAIS LS : PARTS DE MARCHÉ P9 2026 (PAR GROUPE)

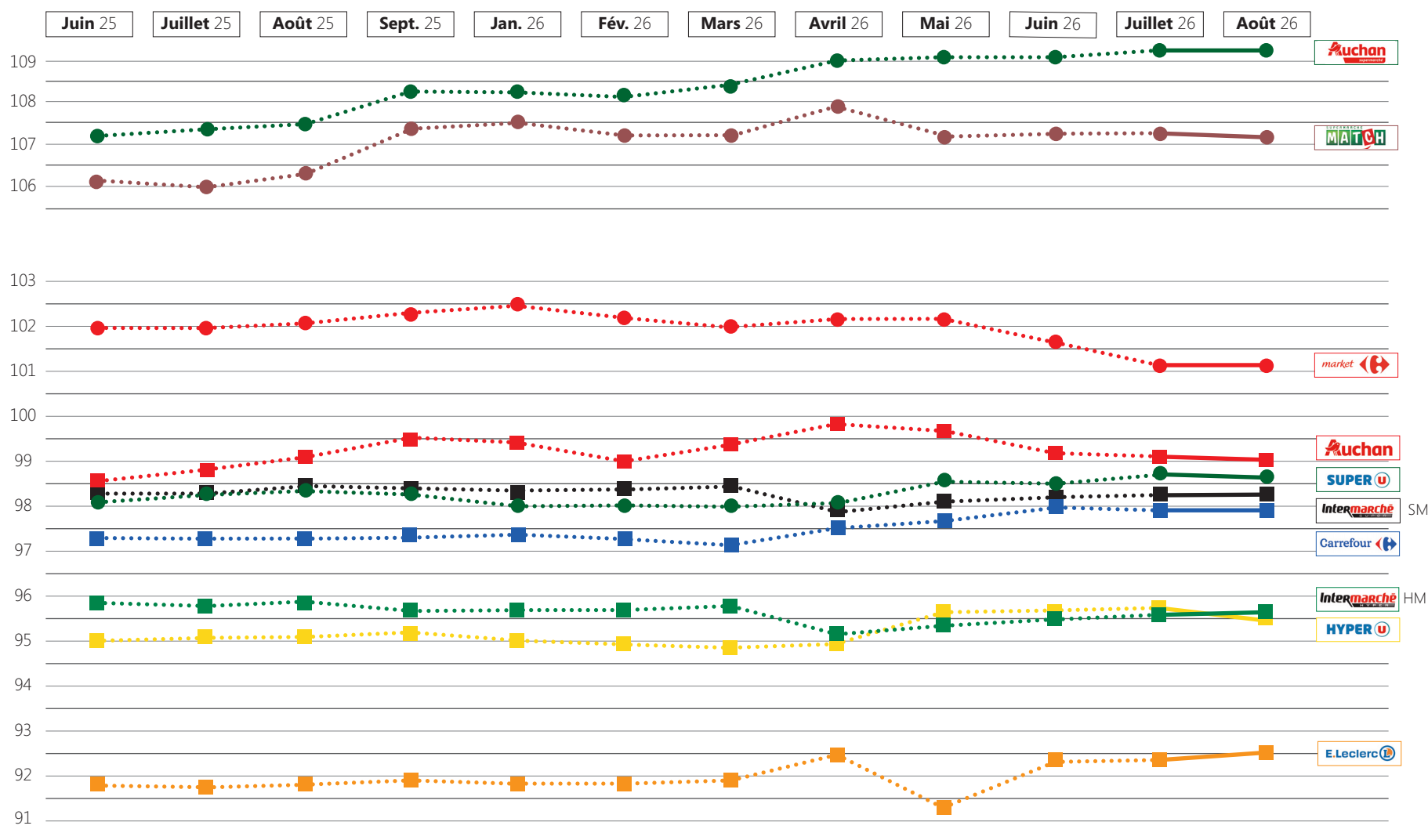
(HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %)

Worldpanel
by Numerator



DISTRI PRIX SEPTEMBRE 2026

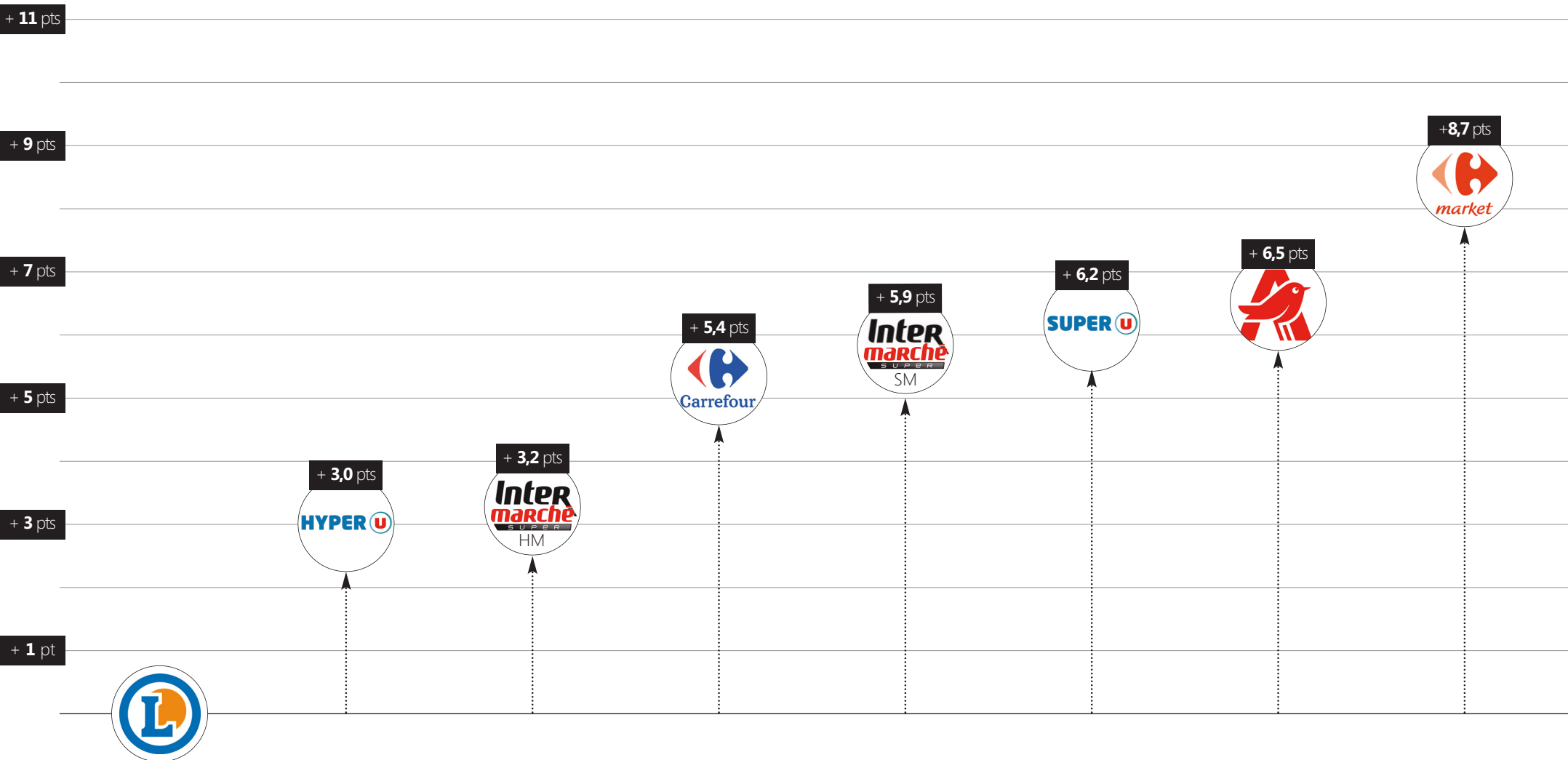
a3distrib
by NielsenIQ



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

Septembre 2026

a3distrib
by NielsenIQ



CHILLVENTA

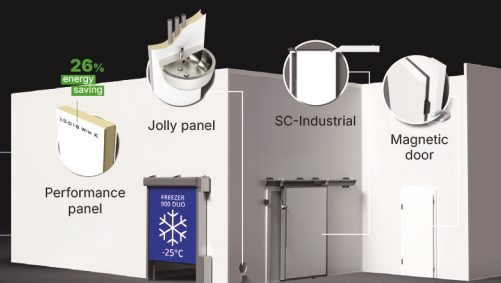
13-15 octobre 2026 | Nuremberg

**Nous vous attendons
au pavillon 9**

📍 **Arneg** Stand 9-428

📍 **Incold** Stand 9-328
Stand 9-330

**MEUBLES RÉFRIGÉRÉS
À COMPRESSEUR
INTÉGRÉ R290**



**CHAMBRES FROIDES
ET PORTES À OUVERTURE
RAPIDE À ENROULEMENT**

**CENTRALES
FRIGORIFIQUES
À CO₂**



DES SOLUTIONS INTELLIGENTES ET DURABLES POUR VOTRE POINT DE VENTE

À l'occasion du salon Chillventa 2026, Arneg et Incold présentent des solutions alliant innovation, efficacité et durabilité, conçues pour répondre aux besoins réels du marché.

arneg.com

incold.it



Your Global Partner for Retail Solutions

arneg

incold

LE MARCHÉ

LES CIRCUITS

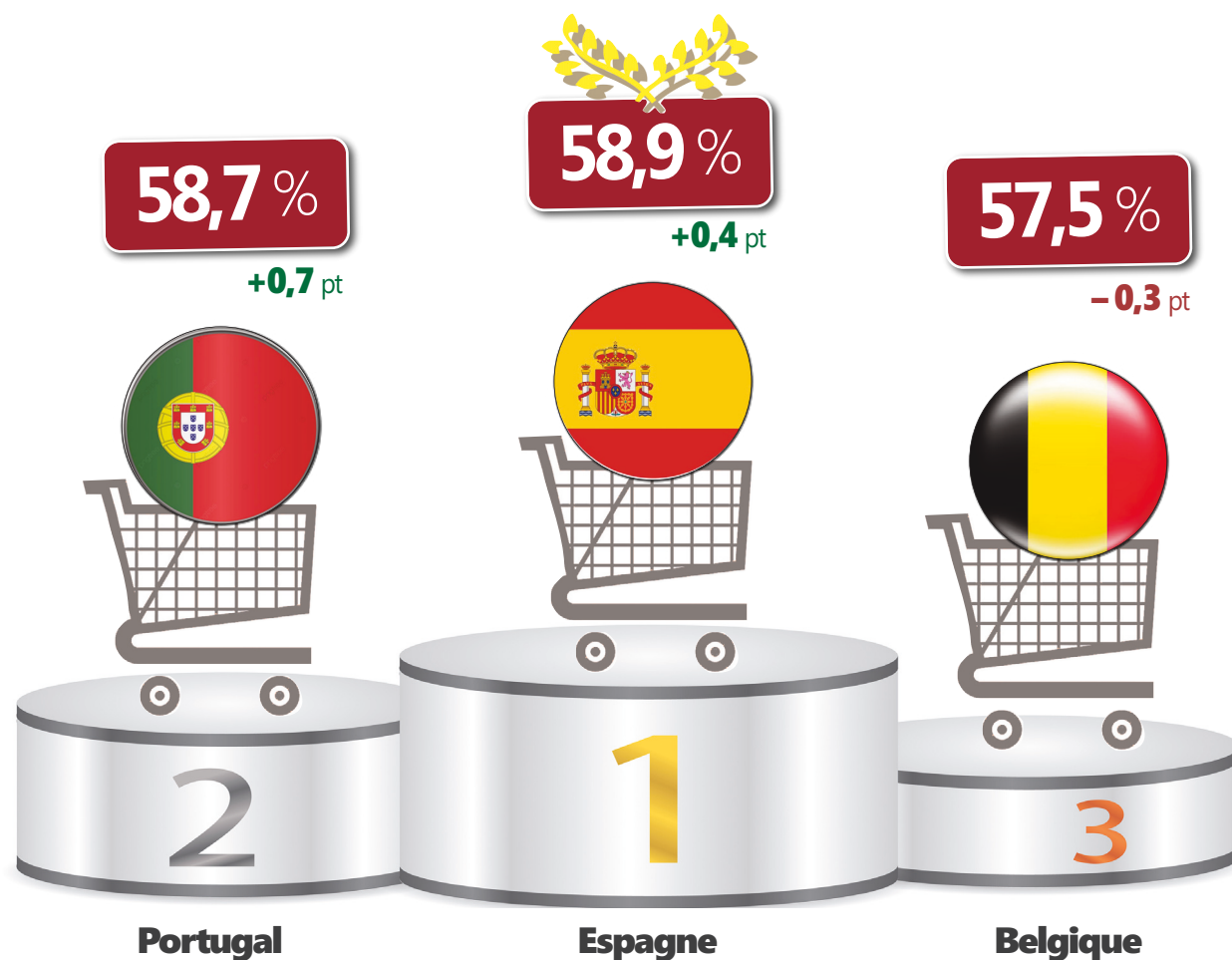
LES RAYONS

LES ENSEIGNES

➔ **LES BONUS** (DU MOIS)

LE TOP 20 DES PAYS EUROPÉENS POUR LA PÉNÉTRATION MDD

> PDM volume des MDD / PGC Frais LS CAD P6 2026 (évol/1 an)



NielsenIQ

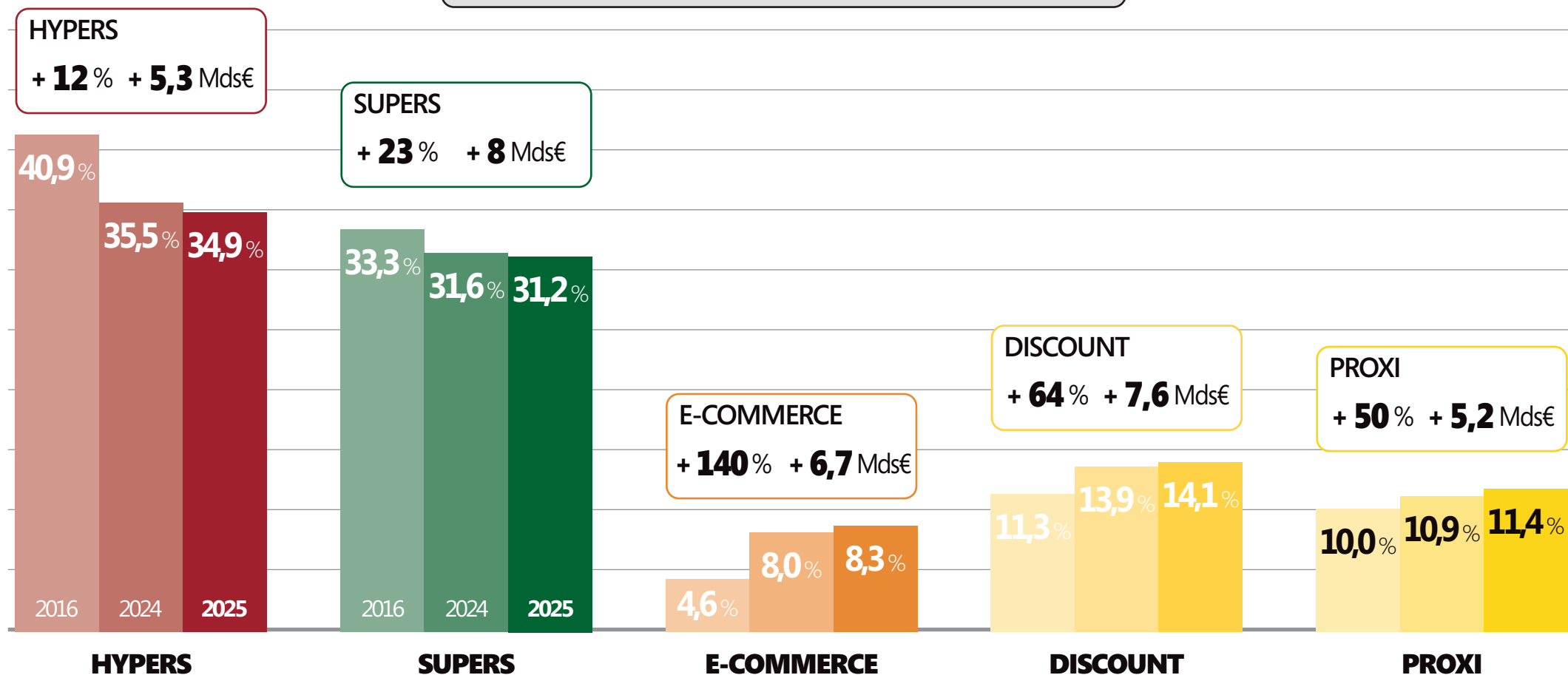
 Pays-Bas	53,6 % -0,1 pt	 Grèce	36,9 % -0,8 pt
 Allemagne	52,0 % +0,9 pt	 Slovaquie	36,8 % +1,1 pt
 UK	51,7 % +0,1 pt	 Roumanie	35,0 % +0,3 pt
 Hongrie	49,5 % =	 Tchéquie	33,1 % -0,5 pt
 Autriche	48,8 % +0,8 pt	 Lituanie	31,7 % +0,9 pt
 Irlande	47,2 % +0,1 pt	 Turquie	29,5 % nc
 France	45,3 % +0,3 pt	 Pologne	29,4 % +0,3 pt
 Danemark	37,6 % -1,0 pt	 Slovénie	28,5 % =
 Italie	37,5 % +0,2 pt		

L'ÉVOLUTION DES CIRCUITS GSA (DEPUIS 2016)

100 % tous circuits, PGC- Frais LS



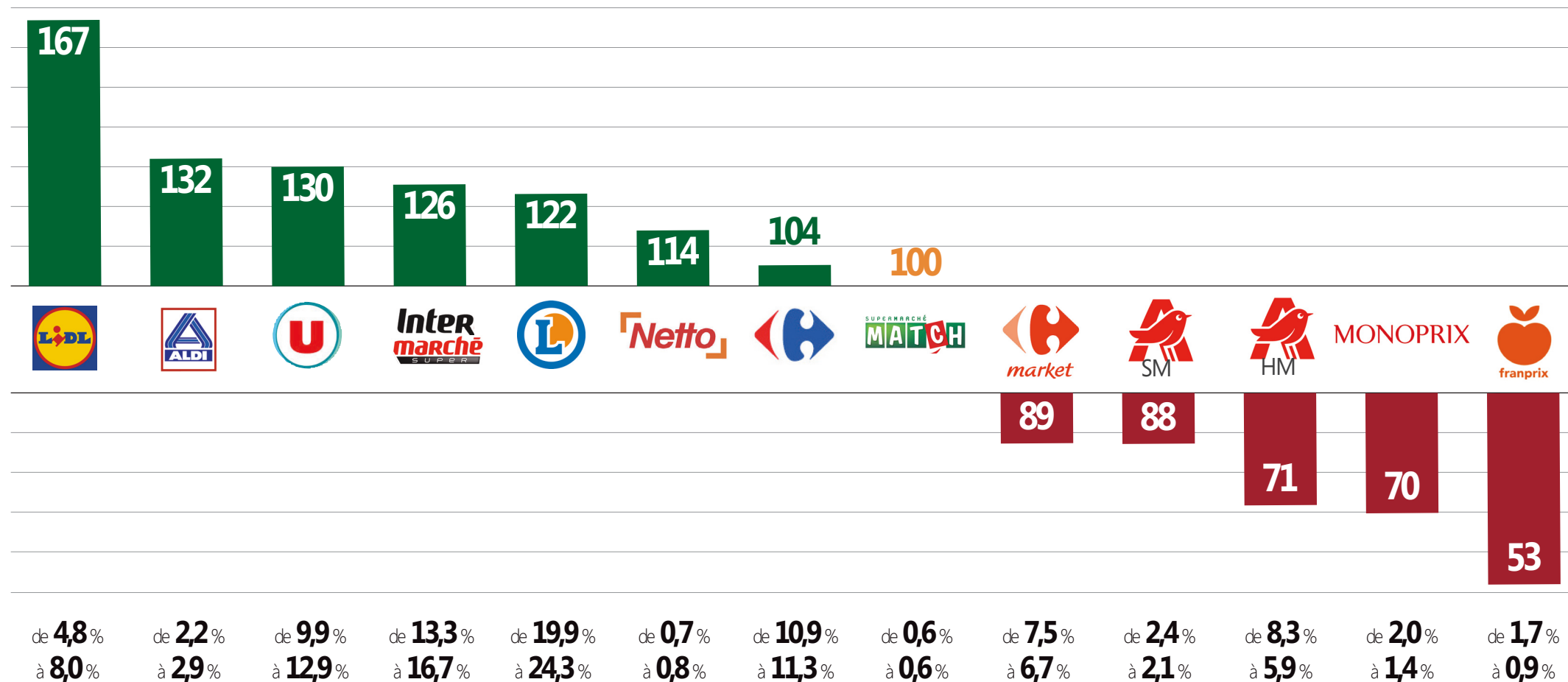
Évolution sur 10 ans, tous circuits : + **31 %**, + **32,8 Mds€**



PARTS DE MARCHÉ : LES GAGNANTS SUR 10 ANS

Worldpanel
by Numerator

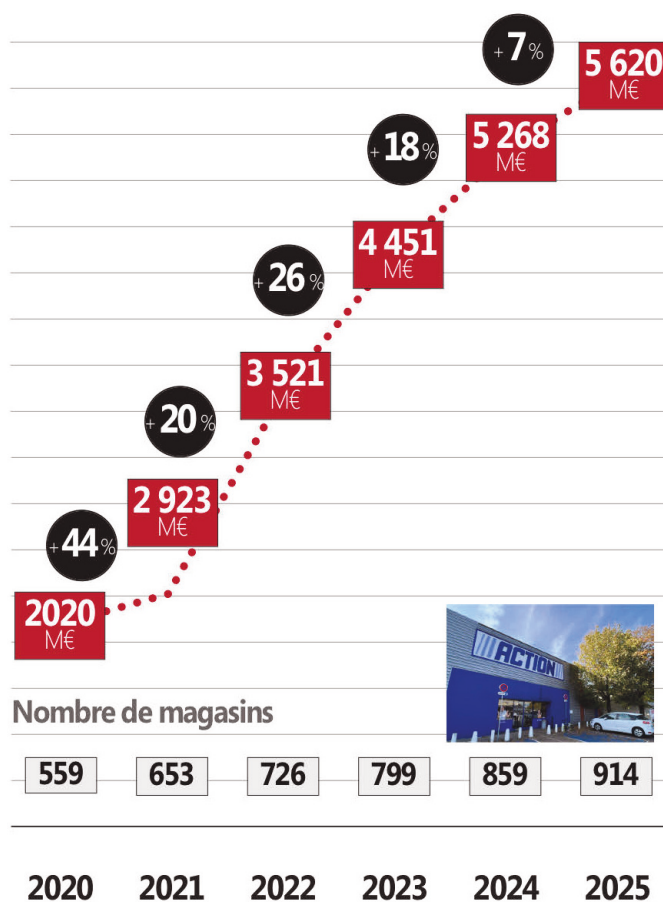
HM, SM, EMDP, proximité, internet "généraliste", en %, CAM P7. Indice de part de marché vs 2016



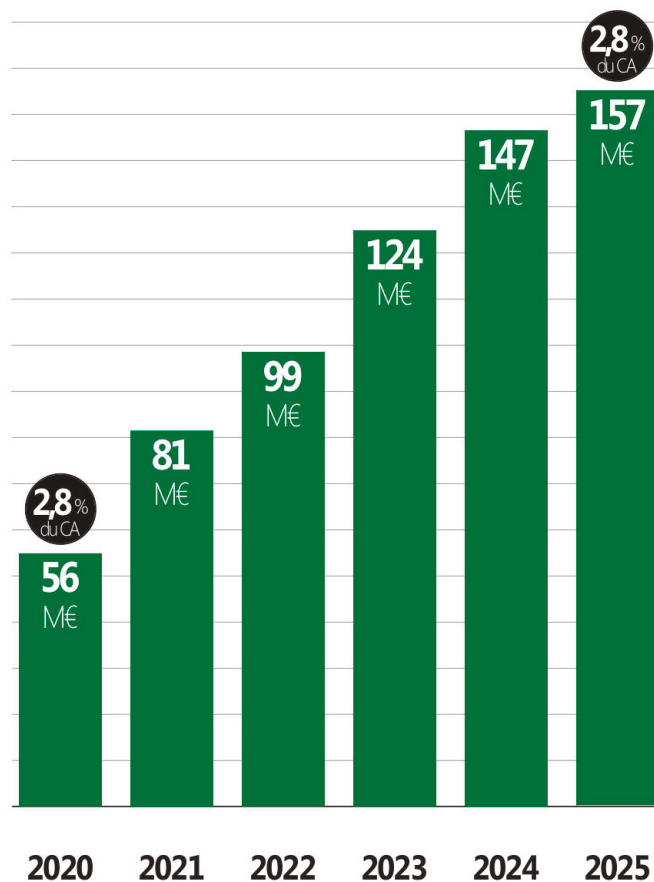
ACTION EN FRANCE : LES CHIFFRES-CLÉS



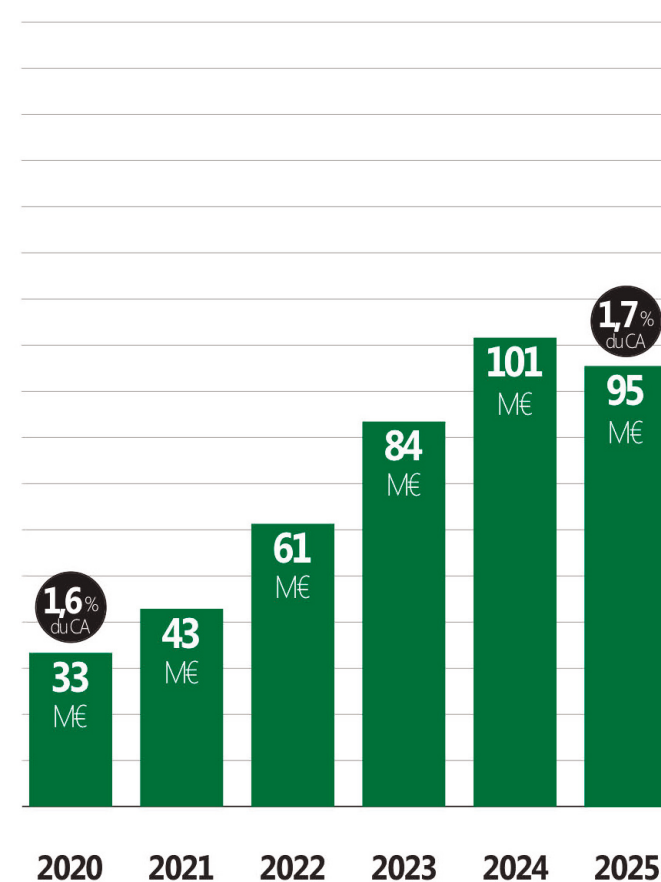
> CHIFFRE D'AFFAIRES HT



> RÉSULTAT D'EXPLOITATION

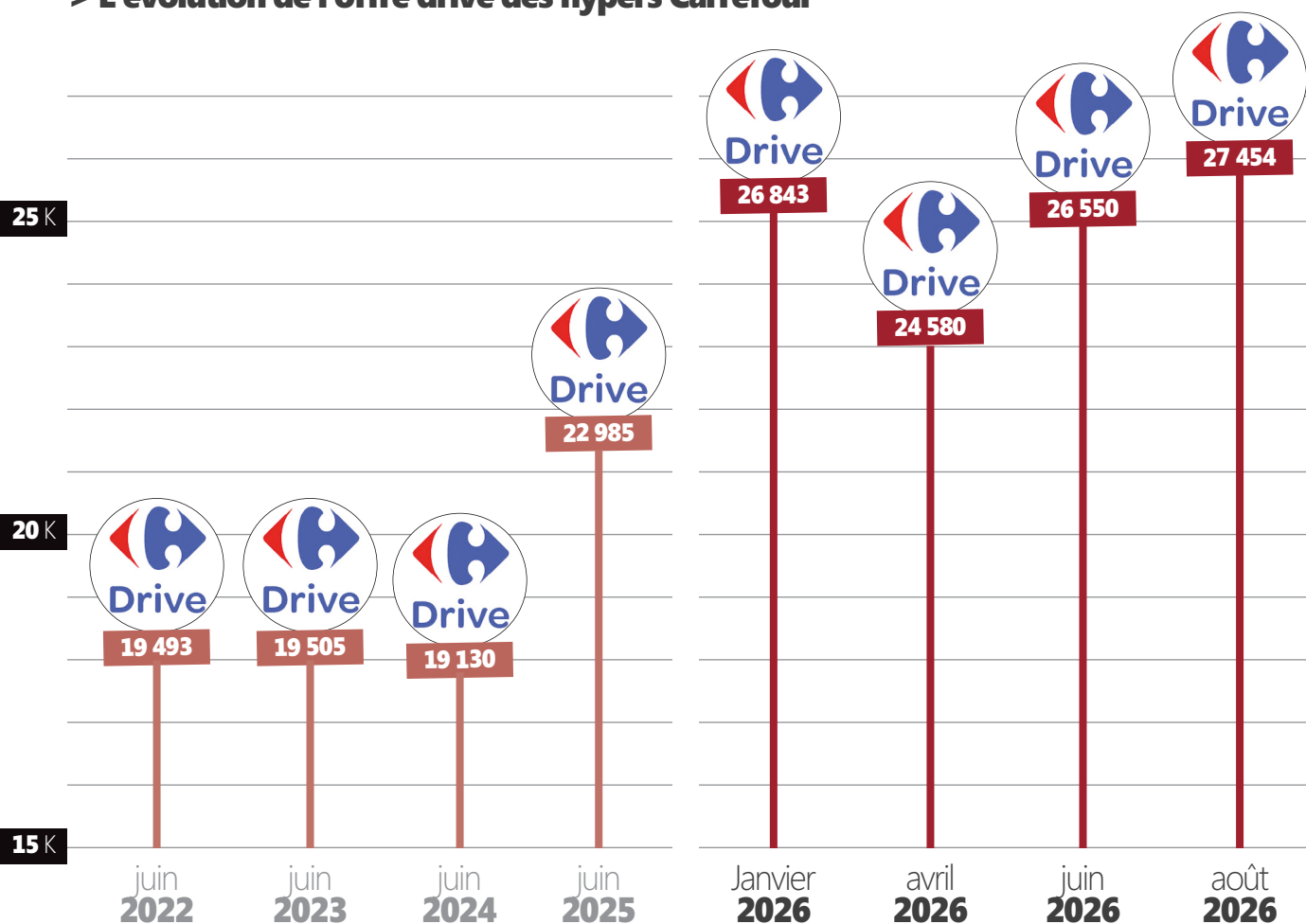


> RÉSULTAT NET



L'ASSORTIMENT DRIVE PAR ENSEIGNE

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



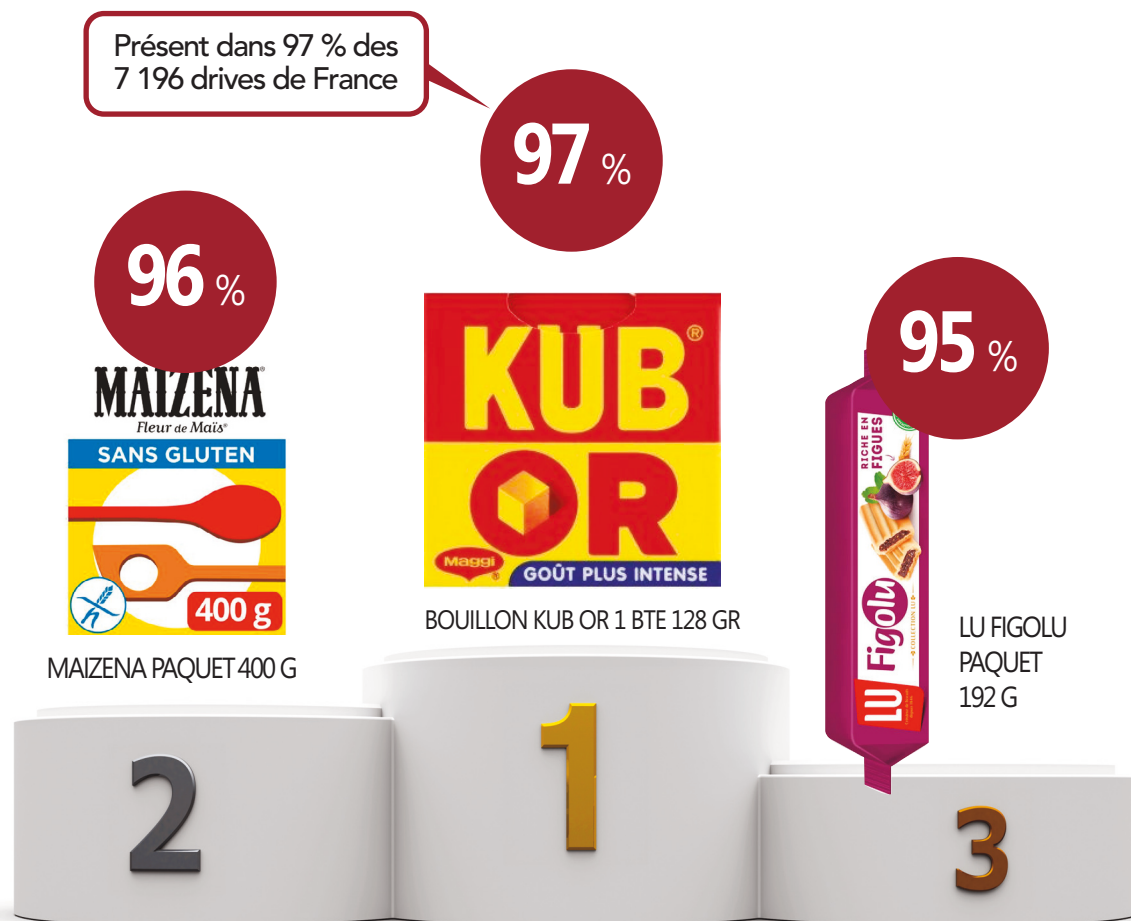
a3distrib
by NielsenIQ

> L'offre drive par enseigne (août 2026)

Carrefour 	27 454 réfs.
HYPER 	25 515 réfs.
Intermarché 	21 347 réfs.
SUPER 	19 405 réfs.
Intermarché 	16 025 réfs.
MATCH 	14 005 réfs.
Auchan 	13 695 réfs.
Carrefour  market	12 119 réfs.
E.Leclerc 	11 918 réfs.
chronodrive	8 151 réfs.

LES 10 PRODUITS LES PLUS DIFFUSÉS

T2 2026



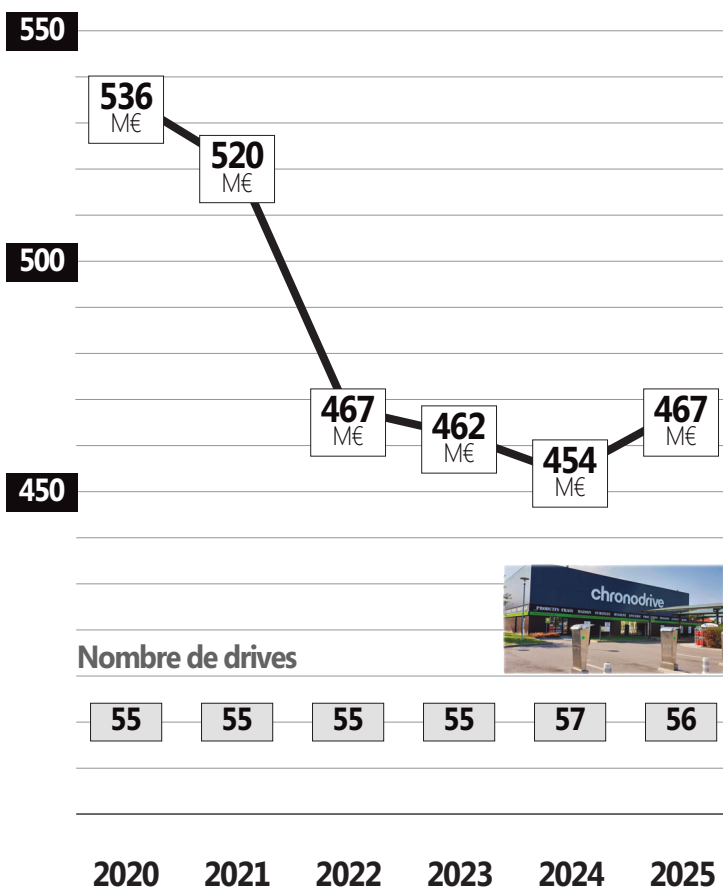
a3distrib
by NielsenIQ

	HARIBO SCHTROUMPFS SACHET 300 G	95 %
	SENSEO DOSETTE CORSE PAQUET 40 PIECES	95 %
	BARILLA LASAGNE COLLEZIONE PAQUET 500 G	95 %
	PURÉE MOUSLINE NATURE (CLASSIQUE) 520 G	95 %
	BARILLA SPAGHETTI N°5 PAQUET 500 G	95 %
	PANZANI SAUCE TOMATE CUIS. TUBE 180 G	95 %
	HARIBO SCHTROUMPFS PIK SACHET 275 G	94 %

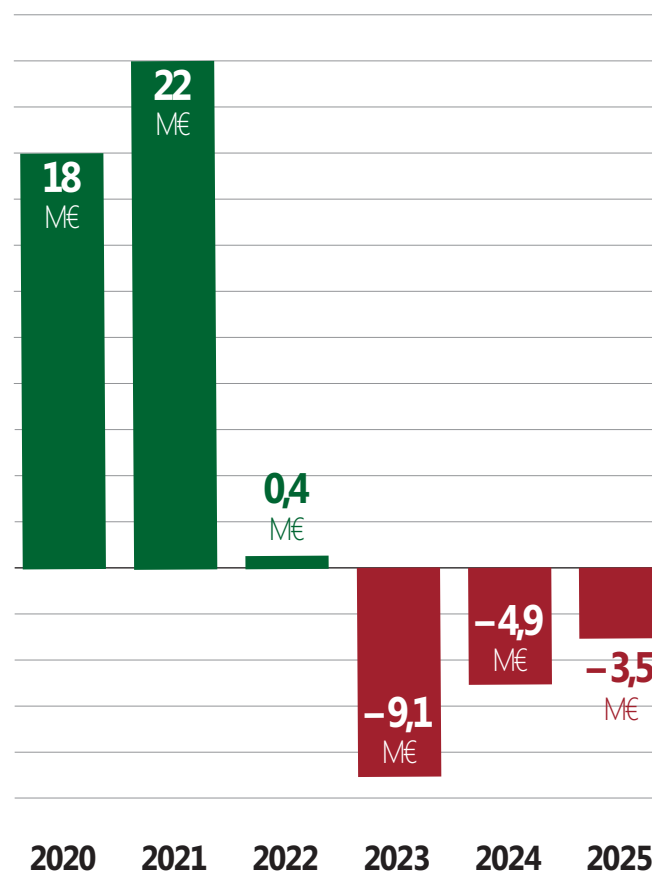
CHRONODRIVE : LES CHIFFRES-CLÉS

chronodrive

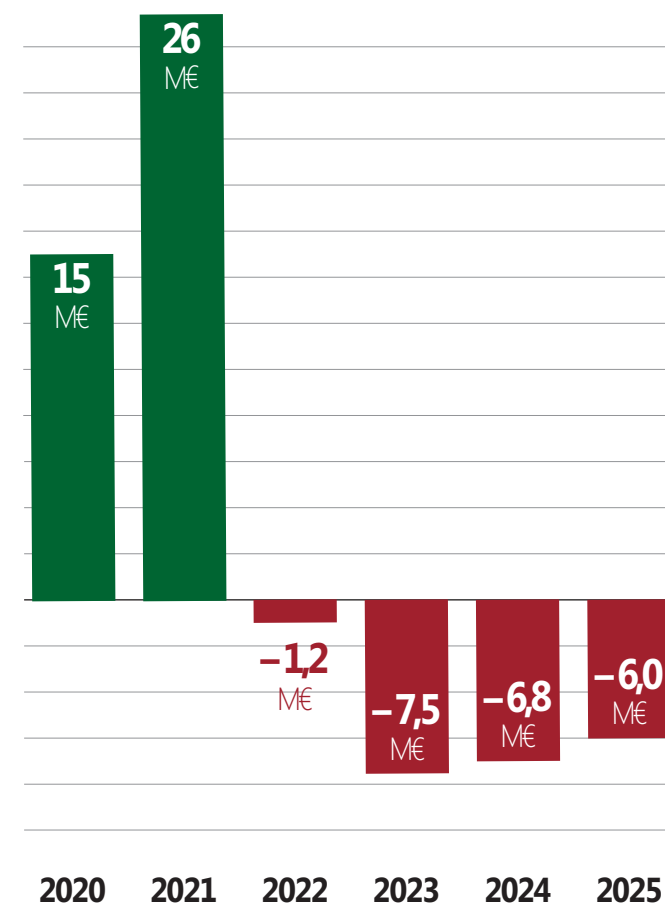
> CHIFFRE D'AFFAIRES



> RÉSULTAT D'EXPLOITATION

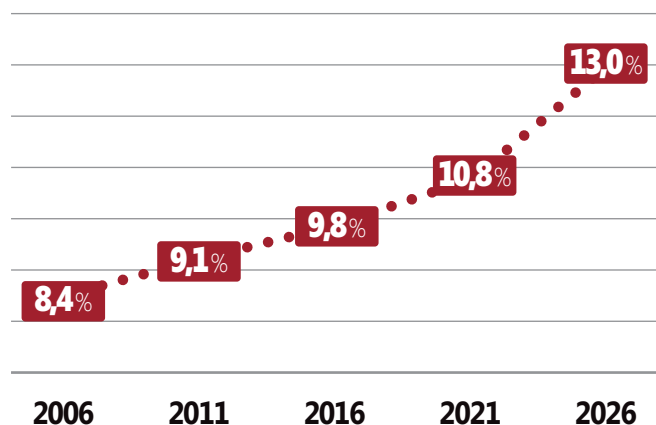


> RÉSULTAT NET

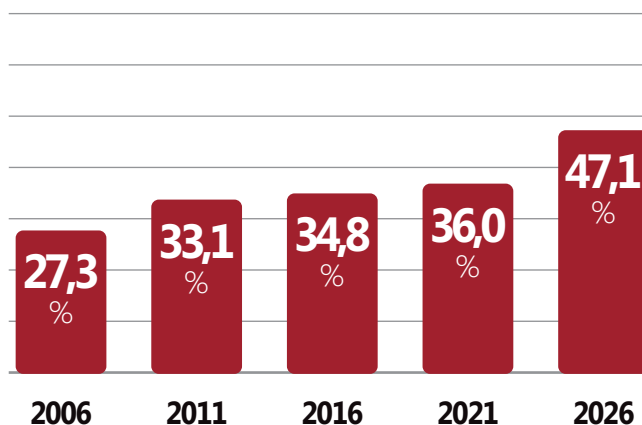


COOPÉRATIVE U : LES CHIFFRES-CLÉS SUR 20 ANS ANS

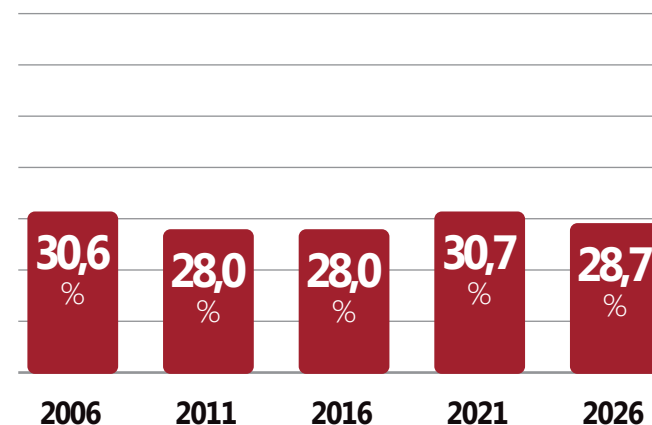
> Part de marché PGC / Frais LS



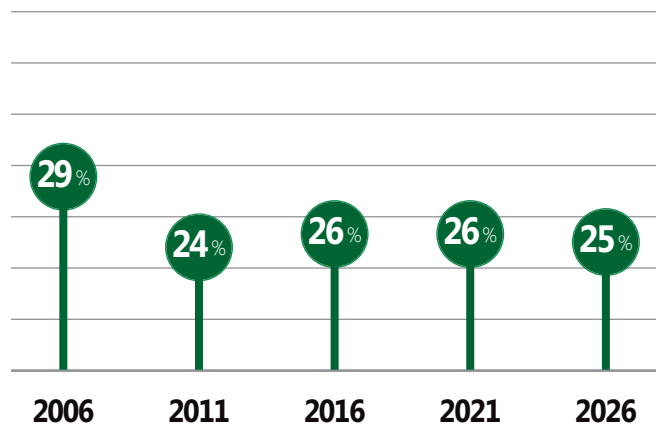
> Pénétration (taille de clientèle)



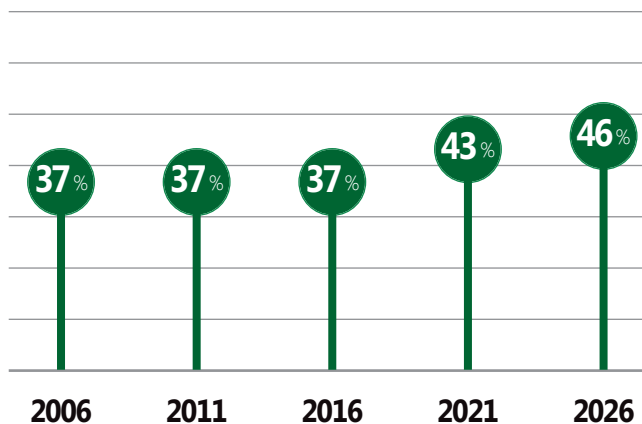
> Taux de nourriture (fidélité)



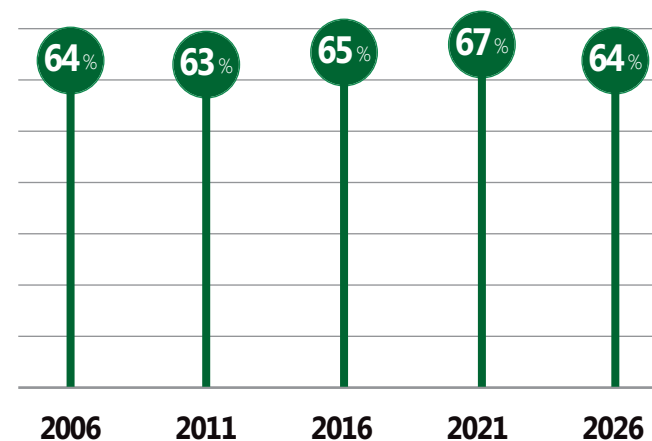
> Image prix (image positive)



> Image choix (image positive)

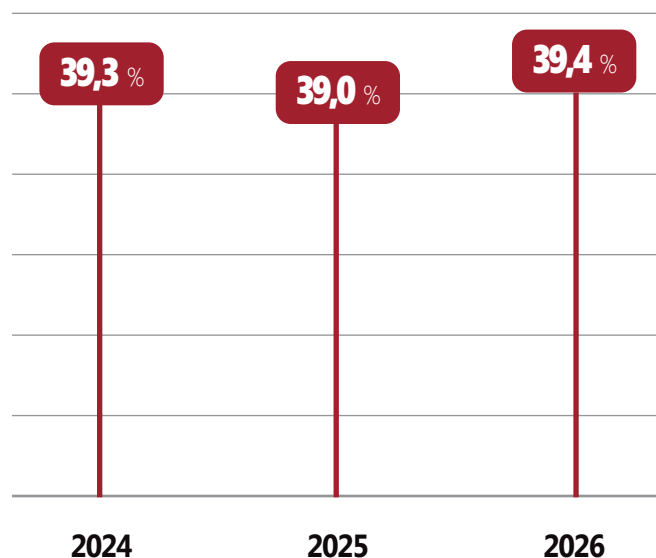


> Cote d'amour

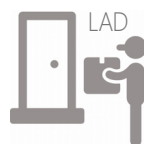


DRIVE ET LAD : LES CHIFFRES-CLÉS

> PÉNÉTRATION DRIVE + LAD (CAM P8)

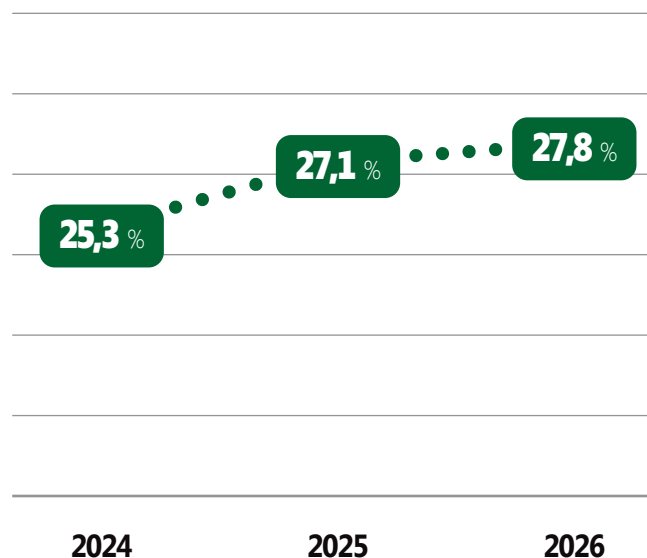


32,5 %
(+ 0,2 pt vs 2025)



12,8 %
(+ 0,6 pt vs 2025)

> TX DE NOURRITURE DRIVE + LAD (CAM P8)



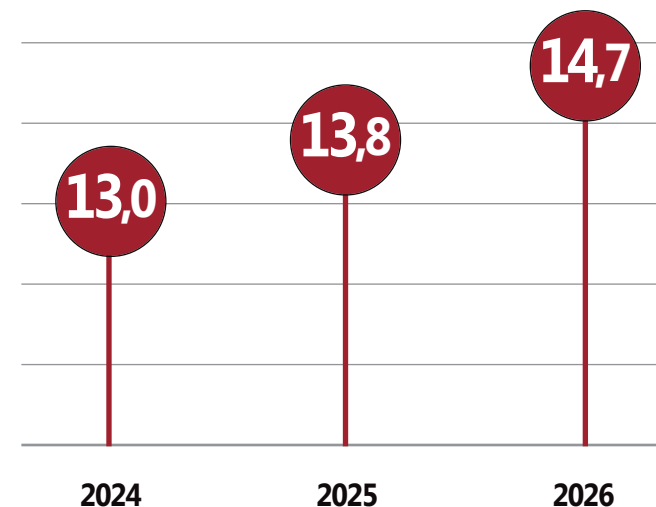
29,6 %
(+ 1,0 pt vs 2025)



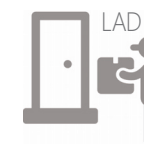
10,2 %
(- 0,7 pt vs 2025)

> FRÉQUENCE DRIVE + LAD (CAM P8)

Nombre d'actes d'achat/an



15,2
(+ 1,1 pt vs 2025)



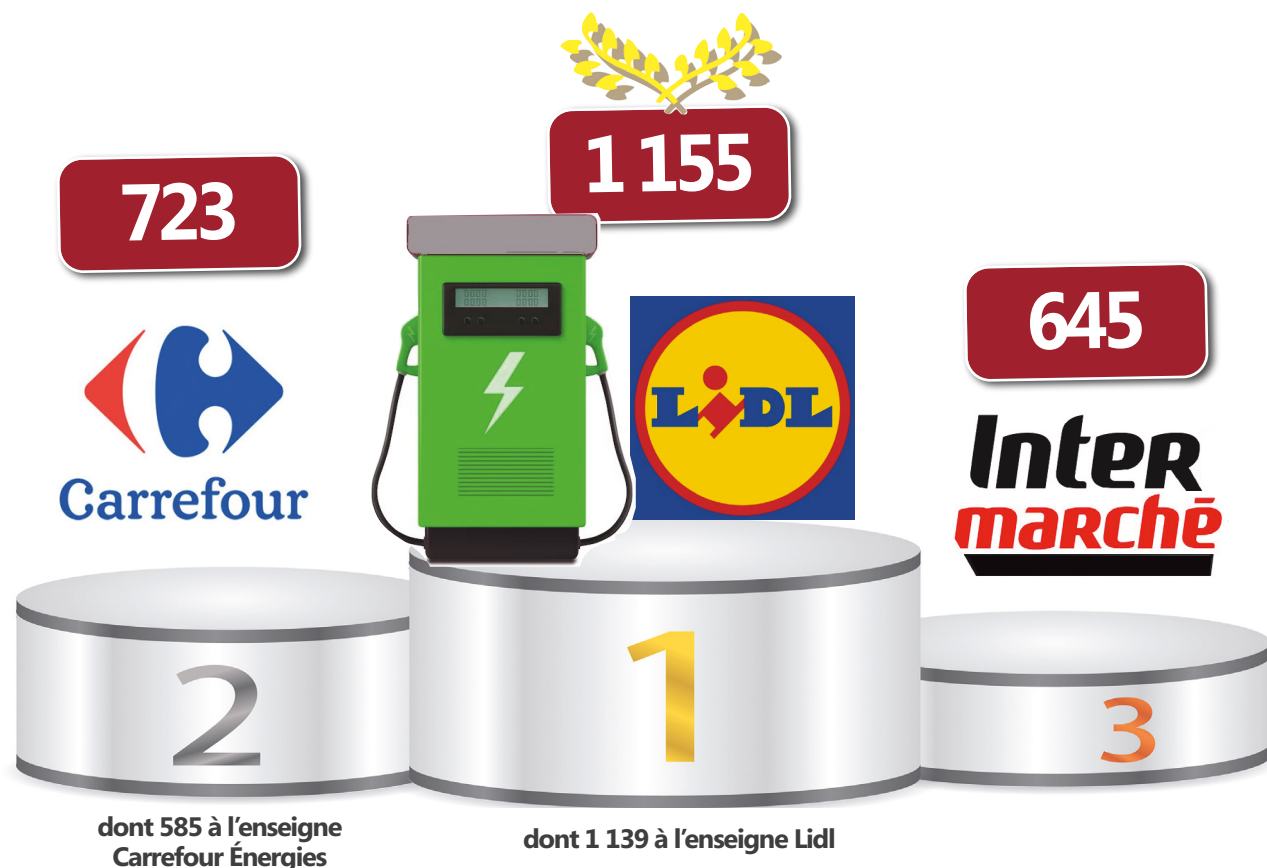
6,8
(- 0,1 pt vs 2025)

LE NOMBRE DE STATIONS DE RECHARGE (ÉLECTRIQUES) PAR ENSEIGNE

ChargeViz

> **Au 17 août 2026**

Les stations de recharge sont attribuées à une enseigne lorsque celles-ci se trouvent sur le parking du magasin.
Les stations situées sur un parking de centre commercial avec l'enseigne comme "magasin principal" sont incluses.



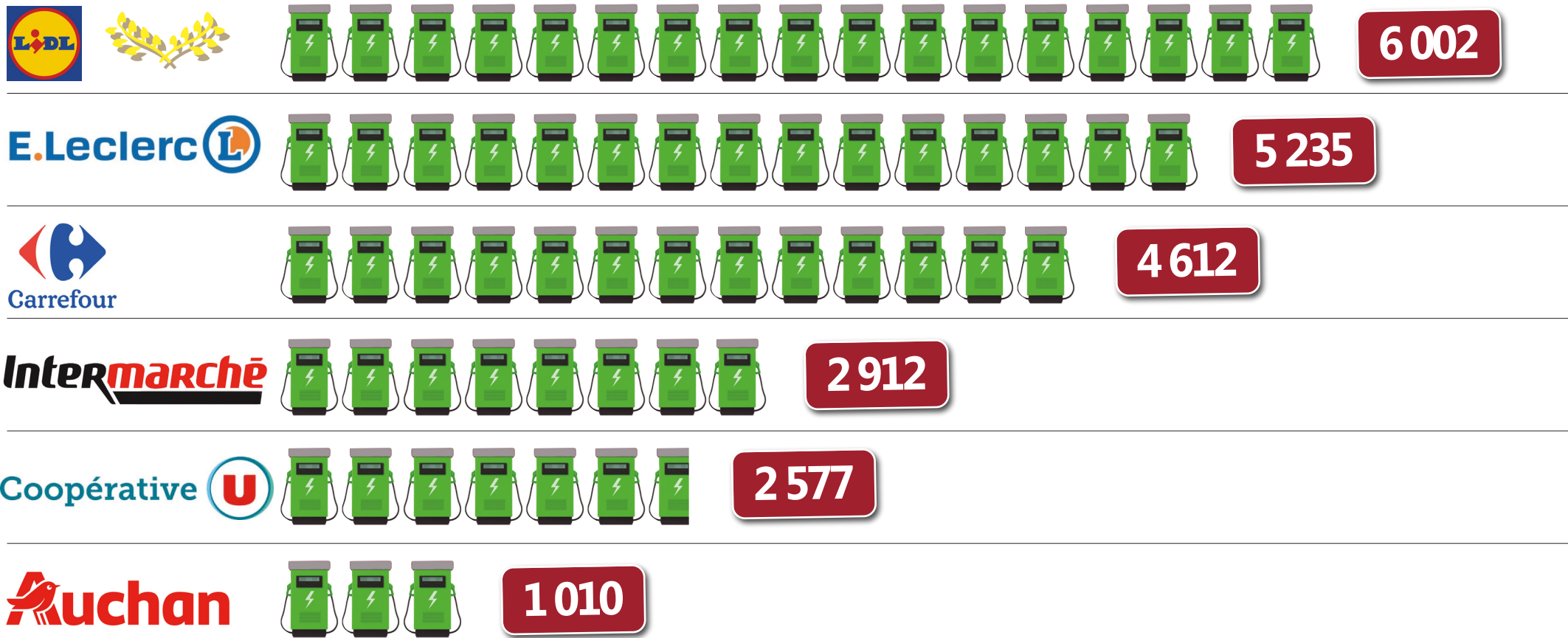
LE NOMBRE DE POINTS DE CHARGE ÉLECTRIQUES PAR ENSEIGNE

ChargeViz

> **Au 17 août 2026**

Les stations de recharge sont attribuées à une enseigne lorsque celles-ci se trouvent sur le parking du magasin.

Les stations situées sur un parking de centre commercial avec l'enseigne comme "magasin principal" sont incluses.





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