KANTAR WORLDPANEL

COMMUNIQUE DE PRESSE
03 mai 2016

Référenseigne Flash

FLASH PERIODE P4 2016
(du 21 mars au 17 avril 2016)

LE RECUL DES DEPENSES DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION S'ACCENTUE SUR LA PERIODE DU 21/03/2016 AU 17/04/2016

- *Avec une baisse en valeur de - 1,3%, la P4 2016 marque une rupture nette de la consommation des ménages français*
- *Les ventes sont toujours portées par le e-commerce*
- *Lidl et E.Leclerc continuent de gagner de la Pdm*

La P4 2016 affiche une baisse des dépenses de 1,3% des ménages français en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) en circuit généraliste (HM + SM + EDMP[1] + Proximité + Internet). Ce contrecoup freine la croissance observée depuis le début de l'année qui n'est plus que de +0,2% en valeur.

Certes la P4 cette année intègre deux semaines de vacances scolaires, contre seulement une seule l'an dernier et cela a peut-être un effet mécanique sur l'évolution des marchés, mais on constate très clairement que le Vouloir d'Achat n'est pas au rendez-vous. 52% des foyers déclarent ne pas avoir envie de dépenser, et seulement 48% sont plus enclins à le faire, ce qui signifie que la majorité bascule ce mois-ci du mauvais côté. Et ils sont près de 40% à estimer que ce n'est pas le bon moment pour faire des achats importants.

LES ACHATS DE PRODUITS ALIMENTAIRES SUR INTERNET ET DANS LES RESEAUX DE PROXIMITE MAINTIENNENT UNE DYNAMIQUE POSITIVE

- Le circuit Online poursuit sa croissance (+0.2pt) mais à un rythme moins soutenu que sur le début d'année.
- Le poids des dépenses des français en circuit de proximité progresse de 0.1 pt.

LIDL CONTINUE SON ASCENSION

- Nouvelle progression de Lidl avec +0.3 pt (Pdm = 5.3%). L'enseigne recrute près de 400 000 nouveaux acheteurs et son image se renforce avec notamment une cote d'amour en nette amélioration.

E.LECLERC EST TOUJOURS EN CROISSANCE

- Le groupe E.Leclerc continue de gagner du terrain avec une hausse de 0.3pt (Pdm = 20.6%). L'enseigne compte +350 000 nouveaux foyers clients sur la période.

[1] *Circuit E.D.M.P. : Enseignes à Dominante Marques Propres*

COMMUNIQUE DE PRESSE
03 mai 2016

LEADER PRICE ET GEANT POURSUIVENT LEUR PROGRESSION

- Le groupe Casino gagne +0.2pt (Pdm = 11.5%), porté par les performances de Géant et Leader Price. Géant progresse de +0.1 pt recrutant 260 000 acheteurs sur la période.
- L'image prix de l'enseigne continue de se renforcer (+6.0 pts en 2 ans). Leader Price maintient également une bonne dynamique de Pdm (+0.1 pt à 2.5%) grâce à un meilleur niveau de fidélité.

LES GROUPES ITM ET AUCHAN SUIVENT LE RYTHME

- Le groupe ITM évolue à +0.2 pt (Pdm = 14.3%). Cette croissance est portée par l'enseigne Intermarché qui gagne 0.2 pt via des paniers plus valorisés.
- L'enseigne Auchan progresse pour la deuxième période consécutive de 0.1 pt grâce à une taille de clientèle en progrès depuis le début de l'année 2016 (+170 000 acheteurs).

Pour toute citation de données source : Kantar Worldpanel

A PROPOS DE KANTAR WORLDPANEL

*Kantar Worldpanel est le leader mondial de l'expertise consommateurs et des insights basés sur les panels consommateurs permanents. Son approche **Inspiring Successful Decisions™** combine le suivi des marchés, les méthodes d'analyse avancée, et des solutions d'études de marché adaptées. Avec plus de 60 ans d'expérience, une équipe de 3 000 personnes, et des services couvrant plus de 50 pays, l'expertise de Kantar Worldpanel dans la mesure, l'explication et le conseil sur le comportement des shoppers et des consommateurs, est devenue la référence du marché pour les industriels, les distributeurs, les analystes financiers et les organisations gouvernementales.*

CONTACT PRESSE
KANTAR WORLDPANEL
Juliette BROSSARD
01 30 74 81 66
juliette.brossard@kantarworldpanel.com