Référenseigne Expert

FLASH PERIODE P9 2016
(du 8 août au 4 septembre 2016)

DES DEPENSES DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION AU RALENTI SUR LA PERIODE DU 08/08/2016 AU 04/09/2016

- *Avec une baisse en valeur de -0,2%, la P9 2016 affiche une baisse moins marquée qu'au cours des 2 périodes précédentes, mais n'arrive cependant pas à rebasculer dans le vert. L'évolution sur une année décalée est malgré tout positive, mais avec seulement +0,3% on peut parler d'une baisse de régime pour les PGC-FLS*
- *Nouvelle progression des achats de PGC FLS en Proximité (Pdm +0.4 pt)*
- *Carrefour Market se démarque de la concurrence (Pdm +0,4 pt).*

La P9 2016 affiche une baisse des dépenses de -0,2% des ménages français en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) en circuit généraliste (HM + SM + EDMP[1] + Proximité + Internet), ce qui, comparé aux trois périodes précédentes, révèle malgré tout une baisse moins marquée de la consommation.

On constate notamment que la très légère amélioration du moral d'achat des français se confirme pour cette période. 54% de foyers déclarent avoir envie de se faire plaisir pour leurs achats de produits courants, et 67% déclarent qu'ils ont tendance à dépenser autant que d'habitude (+1.6pt). Enfin, la perception du Pouvoir d'Achat reste sur une meilleure tendance qu'en début d'année. Plus d'un foyer sur 2 (63%) juge que sa situation financière va rester stable ou s'améliorer.

LES RESEAUX DE PROXIMITE ONT LE VENT EN POUPE

Le canal Online marque une pause estivale mais progresse néanmoins de +0.1pt de Pdm valeur. Le circuit de Proximité poursuit sa dynamique (+0.4pt) en attirant près de 870 000 nouveaux clients principalement via un effet de parc.

CARREFOUR MARKET ACCELERE SA PROGRESSION

Carrefour Market reste sur une perspective dynamique pour la 6ème période consécutive et affiche +0.4pt de Pdm principalement via un gain important de clients

LES GROUPES E.LECLERC ET SYSTEME U POURSUIVENT LEUR DYNAMIQUE POSITIVE

Les groupes E.Leclerc et **Système U** enregistrent chacun un gain de 0.3pt de Pdm valeur. E.Leclerc recrute de nouveaux clients et profite de sessions de courses plus valorisées. Système U, pour sa part, fidélise mieux sa clientèle sur la période.

[1] *EDMP : Enseignes à Dominante Marques Propres*

LIDL EST TOUJOURS SUR UNE BONNE TENDANCE

Lidl, toujours dynamique, progresse de 0.2pt de Pdm : cote d'amour au beau fixe et investissement media permettent à l'enseigne de générer du trafic en août et de peser 4.8% de Pdm.

INTERMARCHE GAGNE DU TERRAIN

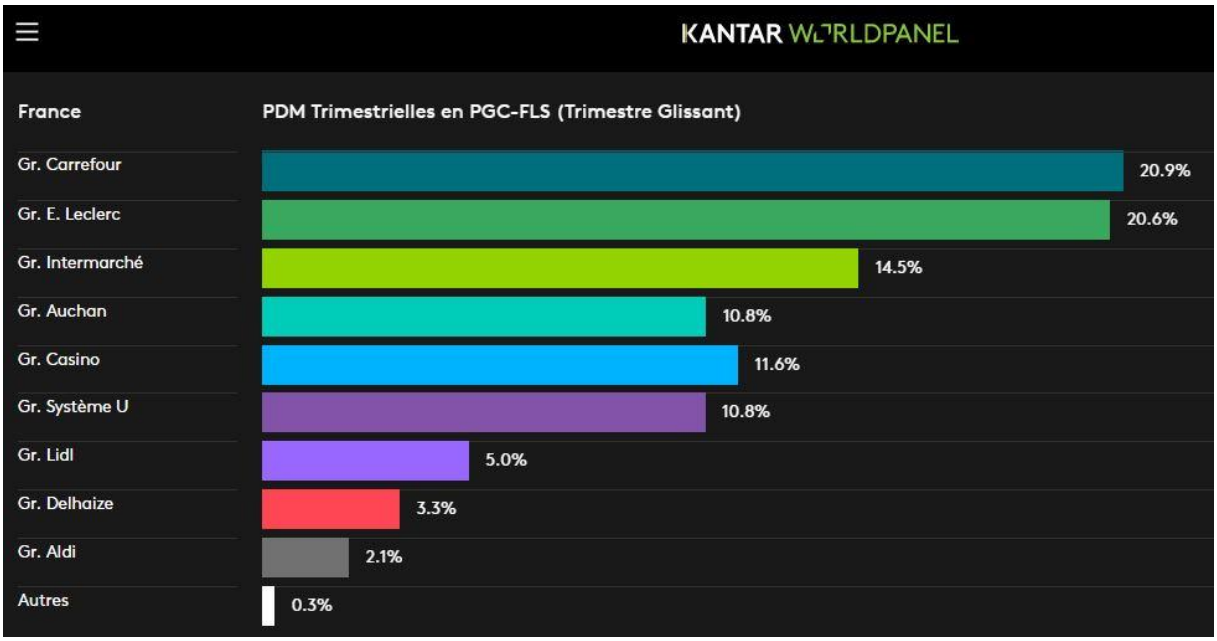
Intermarché tire son épingle du jeu et améliore sa PDM de 0.1pt. L'enseigne enregistre un trafic en amélioration.

GEANT ET CASINO SUPERMARCHES SUIVENT LE RYTHME

Géant et Casino SM sont bien orientées sur P9 et gagnent chacune 0.1pt de Pdm valeur.

Pour toute citation de données source : Kantar Worldpanel

NOUVEAU : DECOUVREZ LES PARTS DE MARCHE EN LIGNE ET INTEGREZ NOTRE DATAVISUALISATION A VOTRE SITE INTERNET / BLOG (EMBED CODE) : http://www.kantarworldpanel.com/global/grocery-market-share



A PROPOS DE KANTAR WORLDPANEL

Grâce à nos mesures en continu, à nos modèles d'analyse avancés et à nos solutions adaptées, nous inspirons les bonnes décisions aux marques, aux distributeurs, aux analystes des marchés et aux organisations gouvernementales, partout dans le monde.

Avec plus de 60 ans d'expérience, une équipe de 3 500 experts, et des prestations de services dans 60 pays, directement ou avec ses partenaires, Kantar Worldpanel transforme le comportement d'achat en avantage concurrentiel sur les marchés des produits de grande consommation, des produits d'impulsion, du textile, des produits pour bébés, des télécommunications et du divertissement, ainsi que de nombreux autres Marchés.

Visitez notre site internet : http://www.kantarworldpanel.com/fr

Twitter : @KWP_FR / LinkedIn : Kantar Worldpanel France / Google + : Kantar Worldpanel - France

A PROPOS DE KANTAR

Kantar fait partie de la branche « Data Investment Management » de WPP, et est le leader mondial en matière d'études, de veille et d'analyse. En réunissant les compétences de ses 12 entreprises, chacune spécialisée dans son domaine d'expertise, le groupe est le fournisseur essentiel de données pertinentes, et d'insights inspirants pour les entreprises du monde entier. Avec 30 000 employés répartis dans 100 pays et travaillant sur l'ensemble du spectre des études et du consulting, Kantar offre à ses clients des insights pour chaque étape du cycle de la consommation. Les services du groupe, sont utilisés par plus de la moitié des sociétés du Top 500 du magazine Fortune.

Pour plus d'informations, merci de visiter http://www.kantar.com

Twitter : @Kantar_FR / Facebook : Kantar / Google + : Kantar / LinkedIn : Kantar

CONTACT PRESSE
KANTAR WORLDPANEL
Juliette BROSSARD
01 30 74 80 17
juliette.brossard@kantarworldpanel.com