Référenseigne Flash

FLASH PERIODE P10 2016
(du 5 septembre au 2 octobre 2016)

# DES DEPENSES DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION TOUJOURS AU RALENTI SUR LA PERIODE DU 05/09/2016 AU 02/10/2016

- *Avec une baisse en valeur de -0,2%, la P10 2016 reste en ligne avec le mois précédent, et l'ensemble de l'année reste sur un rythme de croissance très faible, à +0,2%*
- *Des ventes toujours portées par le e-commerce et la proximité.*
- *Intermarché se démarque de la concurrence (Pdm +0,3 pt).*

La P10 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 + EDMP1 + Proximité + Internet).

On constate notamment que la perception du pouvoir d'achat se dégrade légèrement, car les français sont un peu plus nombreux (15%, +6pts) à penser que les prix vont augmenter dans les 12 prochains mois. Cependant, le vouloir d'achat reste stable, avec toujours 1 foyer sur 2 ayant envie de se faire plaisir pour ses achats de produits courants.

## INTERNET ET LES RESEAUX DE PROXIMITE, CATALYSEURS DES VENTES DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION

Le **circuit Online** continue de peser plus dans les dépenses des français (5.9% de Pdm en septembre). La fidélité des clients On line s'améliore de presque 2 pts sur le dernier trimestre ce qui contribue majoritairement au développement de ce circuit.
La performance de la **Proximité** s'améliore de +0,2pt via un nombre croissant de clients (effet parc).

## LE GROUPE INTERMARCHE, EN TETE DE COURSE

Le **Groupe Intermarché** (PDM = 14,7%) est le groupe le plus dynamique sur cette P10 2016. L'enseigne Intermarché gagne 0,3pt de PDM grâce à un recrutement et à une fidélité bien orientés. Cette progression est à relier à un temps fort promotionnel démarré plus tôt cette année.

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

## LE GROUPE CARREFOUR EST TOUJOURS SUR UNE BONNE TENDANCE

Le **Groupe Carrefour** (PDM = 21,8% +0,1pt) améliore sa position. Carrefour, qui a joué son temps fort promotionnel plus tôt cette année, progresse pour la première fois en 2016 et gagne +0,3pt de PDM à 11,6% via notamment des clients plus fidèles. Carrefour Market est également bien orientée (+0,3pt de PDM à 7,5%) en raison d'une taille de clientèle toujours croissante.

## LE GROUPE E.LECLERC MAINTIENT SA DYNAMIQUE POSITIVE

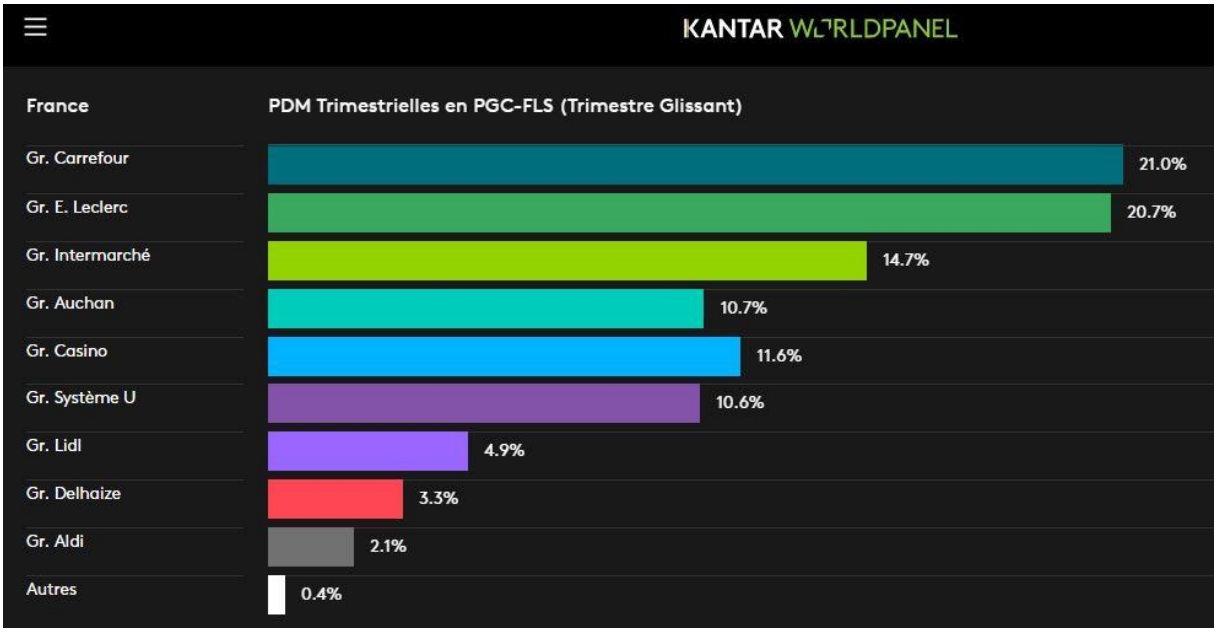
Le **Groupe E.Leclerc** (PDM = 20,8%) affiche +0,1pt. Ce ralentissement sur cette période en 2016 est à mettre en regard du fort gain de PDM enregistré par E.Leclerc il y a un an (+1,3pt de PDM à P10-2015 / opération Supers Pouvoirs D'achat).

## GEANT ET CASINO SUPERMARCHES SUIVENT LE RYTHME

**Géant** contribue à la croissance du Groupe Casino grâce à une PDM en hausse de +0,1pt à 2,6%. **Casino Supermarchés** est l'autre moteur du Groupe avec une PDM de 1,8% en croissance de +0,1pt.

***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