

KANTAR WORLD PANEL

# Communiqué de presse

FLASH PERIODE P8 2013 (du 15 juillet 2013 au 11 août 2013)

Chambourcy, le 28 août 2013,

## TENDANCES DE LA CONSOMMATION ET DES ENSEIGNES GENERALISTES

La consommation PGC des ménages français en circuit généraliste s'améliore sur le cumul janvier-juillet 2013 par rapport à la tendance du premier semestre, avec une évolution en valeur de + 1,3%. La météo estivale plus clémente et plus propice à la consommation accélère le rythme du mois d'août, qui bénéficie d'une évolution à +1,7% en CA.

Le moral d'achat des ménages, qui était en baisse depuis le début de l'année, ne se dégrade pas en juillet par rapport au mois précédent mais reste à un niveau bas (Source Moral d'Achat de Kantar Worldpanel au mois de juillet). L'envie générale de dépenser s'améliore très légèrement mais encore plus des 2/3 des ménages n'y sont pas prêts. Une légère amélioration que l'on retrouve également pour les dépenses en produits courants.

Les achats de PGC **On Line** (Drive + livraison à domicile) se poursuivent avec une prise de Pdm de 0,9pt vs P8 2012 (Pdm = 3,4%). A noter, cependant le niveau moins haut de Pdm vs P7 2013 dû à la période de vacances.

Le groupe **E.Leclerc** gagne encore 0.8pt atteignant ainsi 19.3% de part de marché. L'enseigne E.Leclerc bénéficie toujours de la croissance combinée de ses magasins et de ses drives. La cote d'amour de l'enseigne s'améliore encore.

Le groupe **Carrefour** stabilise sa Pdm pour le deuxième mois consécutif et reste en tête de la distribution française avec 20.3% de Pdm. La stabilisation de la Pdm est valable aussi bien pour les

hypermarchés Carrefour que pour Carrefour Market. L'image Prix des hypermarchés Carrefour continue de s'améliorer.

Le groupe **Delhaize** gagne 0,1 pt de Pdm sur la période à 3.4%. Une bonne performance liée aux hypermarchés Cora.

Le groupe **Système U** conserve un bon rythme de croissance avec une Pdm à 10,7% sur la période (+0,5 pt). **U** a recruté plus de 200 000 nouveaux clients sur la période

Le groupe **Intermarché** affiche 14,4% de Pdm avec un rythme de croissance toujours important (+0.4pt). Les deux leviers (recrutement et fidélisation) sont activés simultanément.

Le **Discount** continue à perdre du terrain et cède encore 0,8 pt de part de marché à 12%.

**Ces données sont issues de Worldpanel, échantillon de 20 000 foyers panélistes de Kantar, et calculées** sur un univers Généralistes, (Hypers + Supers + Hard Discount + Proximité + Internet), sur un ensemble de Produits de Grande Consommation et Frais Libre Service (Alimentaire, Liquides, Hygiène beauté, Entretien).

**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 **High Definition Inspiration™** 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.

Pour en savoir plus, veuillez consulter notre site [www.kantarworldpanel.fr](http://www.kantarworldpanel.fr) ou nous suivre sur twitter : [@KWP\\_FR](#)

#### **[Pour plus d'informations merci de contacter :](#)**

Gaëlle Le Floch, Strategic Insight Director Kantar Worldpanel France

Tel: +33 (0)1 30 74 81 35

Email: [gaelle.lefloch@kantarworldpanel.com](mailto:gaelle.lefloch@kantarworldpanel.com)