Pour plus d'informations contactez
Gaëlle LE FLOCH - 01 30 74 81 35
gaelle.lefloch@kantarworldpanel.com

KANTAR WORLDPANEL

Communiqué de presse

FLASH PERIODE P11 2013 (du 7 oct 2013 au 3 nov 2013)

Chambourcy, le 20 novembre 2013,

TENDANCES DE LA CONSOMMATION ET DES ENSEIGNES GENERALISTES

Pas de changement pour la consommation PGC des ménages français en circuit généraliste sur le cumul janvier - 3 nov 2013 par rapport au mois précédent : on reste sur une évolution en valeur à + 1,2%, avec une évolution de la période allant du 7 oct au 3 nov de +1,4%.

Le moral d'achat des ménages continue à baisser lentement mais surement : une petite dégradation d'encore presque un point à signaler ce mois-ci. Le Vouloir d'achat est a son point le plus bas. L'envie générale de dépenser reste faible, et l'envie de se faire plaisir lors des courses de produits courants décline et ne concerne plus que 42% des ménages. Ils sont également plus nombreux à déclarer dépenser un peu moins que d'habitude pour ces produits courants. Enfin, 46% d'entre eux jugent que les circonstances sont défavorables à de gros achats.

En plein temps fort Hyper, le **Canal Internet** (Drive + LAD) capte 4.2% des dépenses des ménages sur la P11 (+1.2pt vs 2012).

Le **Groupe E.Leclerc** est toujours l'acteur le plus dynamique avec +0,6 pt (19.6% de Pdm), un rythme de progression néanmoins inférieur aux gains enregistrés par E.Leclerc sur les 13 dernières périodes. L'enseigne est par ailleurs la seule à progresser significativement en perception prix et E.Leclerc continue de séduire toujours plus de ménages. Les Drives E.Leclerc captent 1.4% des dépenses des ménages français sur le cumul annuel mobile (+0.5pt vs CAM A-1).

Le **Groupe Système U** est toujours bien orienté à P11 (Pdm = 10.1%, +0.3pt de Pdm). Les Magasins U sont stables mais le canal Internet U poursuit sa hausse (+0.2pt sur le dernier CAM) permettant ainsi à Système U de progresser sur la P11.

Avec 20.8% de Pdm **le Groupe Carrefour** réédite sa progression de P10 (+0.3pt). Les évolutions de Carrefour Market (+0.1pt NS) et de Carrefour HM (+0.1pt NS) sont « stables plus » et là aussi les Drives sont un relais de croissance (Carrefour Internet représente 0,3% de Pdm au CAM, +0,2pt).

Stabilité des performances des **Groupes Intermarché** et **Delhaize.** Stabilisation également de la Pdm de l'enseigne **Géant.**

Le canal **Discount** ne redresse toujours pas la barre avec une nouvelle baisse de 0.6pt à P11, soit 12.1% de Pdm.

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** 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