Pour plus d'informations contactez
Gaëlle LE FLOCH
01 30 74 81 35 – 06 87 70 11 62
gaelle.lefloch@kantarworldpanel.com
Web : **www.kantarworldpanel.fr**
Twitter : **@KWP_FR**

KANTAR WORLDPANEL

Communiqué de presse

FLASH PERIODE P11 2014 (du 6 octobre 2014 au 2 novembre 2014)

Chambourcy, le 18 novembre 2014

Référenseigne Flash

TENDANCES DE LA CONSOMMATION ET DES ENSEIGNES GENERALISTES

Les dépenses sur la période 11, en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) des ménages français en circuit généraliste (HM + SM + Discount + Proximité + Internet) sont légèrement positives à +0,2%, portant la consommation depuis le début de l'année à +0,7%.

Le moral d'achat des ménages reste en berne, car ils estiment que leur pouvoir d'achat se dégrade de nouveau. Leur envie de dépenser est un peu moins forte… pourtant ils cessent de limiter leurs dépenses alimentaires sur la p10.

Les circuits Internet (Pdm = 4.7%) et Hypermarchés (Pdm = 52.1%) progressent en octobre avec des gains respectifs de +0.5pt et de +0.6pt.

PROGRESSION D'INTERMARCHE ET DE LIDL

Le groupe ITM enregistre la plus forte progression (Pdm = 15.4% ; +0.5pt) sous l'impulsion de l'enseigne Intermarché qui enchaîne ainsi sa 3ème période de gain.

Lidl a été dynamique en octobre (Pdm = 4.9% ; +0.3pt) avec 380 000 clients supplémentaires. Une tendance au recrutement qui se vérifie également depuis le début de l'année.

Le groupe Carrefour est stable (Pdm = 20.7%). Carrefour Market (Pdm = 7.5%) bénéficie d'un meilleur trafic et des améliorations de sa côte d'amour et de son image promotion.

Le groupe E.Leclerc est stable (Pdm = 19.0%) en octobre. Pour autant le trafic se renforce chez E.Leclerc et l'enseigne investit plus en média (investissement pub +50%, 1ere en part de voix TV).

Le groupe Casino est également stable à 11.4% de Pdm et la stabilité concerne toutes les enseignes du groupe. On notera toutefois les gains de clients de Leader Price et de Géant.

Stabilité enfin pour les groupes Auchan (Pdm = 11.1%) et Système U (Pdm = 10.2%).

Ces données sont issues de Worldpanel, échantillon de 20 000 foyers panélistes de Kantar Worldpanel, 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).

Prométhée Drive : Les données de perception sont recueillies par interrogation, en continu tout au long de l'année, d'un échantillon représentatif des foyers français, via des questionnaires web auto-administrés (envoi de 12.000 questionnaires / an / marché). Les indicateurs d'images sont filtrés sur les fréquentants des enseignes Drive

Pour toute citation de données source : Kantar Worldpanel

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 - +33 (0)6 87 70 11 62
Email: gaelle.lefloch@kantarworldpanel.com

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.