Référenseigne Flash

FLASH PERIODE P11 2016
(du 3 octobre au 30 octobre 2016)

DES DEPENSES DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION STABLES SUR LA PERIODE DU 03/10/2016 AU 30/10/2016

- *La P11 2016 reste en ligne par rapport à la P10. L'évolution sur une année décalée est malgré tout positive (+0,2 pt).*
- *Des dépenses toujours portées par le e-commerce (Pdm +0,5 pt) et la proximité (Pdm +0,3 pt).*
- *E.Leclerc progresse nettement (Pdm +1 pt).*

Les dépenses des ménages français en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) en circuit généraliste (HM + SM + EDMP[1] + Proximité + Internet) restent stables sur la P11 2016.

Pas de changement notable à signaler du moral d'achat par rapport au mois dernier, mais les français sont plus nombreux à déclarer une dégradation de la situation financière de leur foyer. En effet, 54% déclarent s'en sortir en se privant ou ne pas s'en sortir (+4pts). Le Vouloir d'achat se dégrade légèrement ainsi que l'envie de se faire plaisir et 30% des foyers jugent qu'en ce moment ils dépensent moins pour leurs courses de produits courants (+3.5pts).

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

Le circuit **Online** est toujours en progression à 5.8% de PDM (+0.5pt) avec une amélioration simultanée du nombre de clients et du niveau de fidélité. Le circuit de **Proximité** progresse aussi (Pdm en hausse de +0.3pt) essentiellement via un plus grand nombre de clients (effet parc).

E.LECLERC PROGRESSE NETTEMENT

Le **Groupe E.Leclerc** (PDM = 21.1%) enregistre une belle progression avec +1pt de PDM valeur sur la période grâce à un fort recrutement et des paniers plus valorisés. Un résultat à mettre en parallèle de la plus forte pression promotionnelle à P11. La dynamique de E.Leclerc s'explique à la fois par ses drives et par ses magasins.

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

COMMUNIQUE DE PRESSE
16 Novembre 2016

SYSTEME U EST TOUJOURS SUR UNE BONNE TENDANCE

Le **Groupe U** (PDM = 10.4%) confirme ses meilleurs résultats enregistrés depuis début août avec +0.3pt de PDM sur cette période 11. L'enseigne U recrute de nouveaux acheteurs sur la période et a investi plus fortement en média, U est ainsi le 3ème intervenant TV avec 18% de part de voix.

LIDL POURSUIT SA PROGRESSION

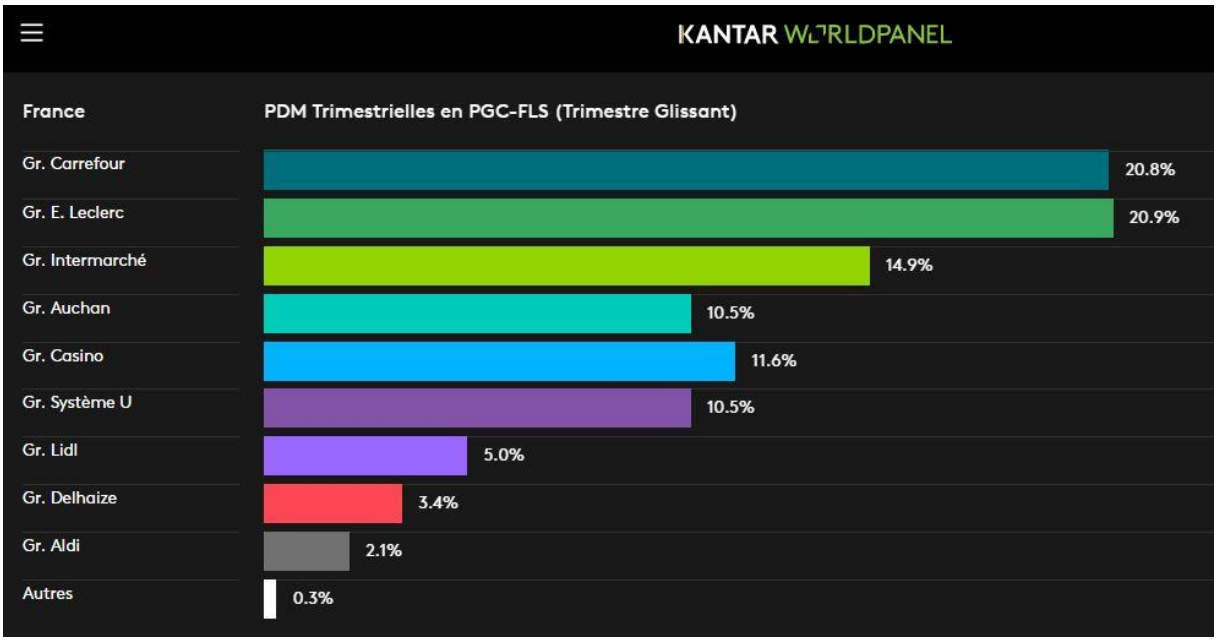
Lidl affiche un gain de 0.1pt de PDM (PDM = 5.2%). L'enseigne continue de recruter de nouveaux clients (+260 000 acheteurs) et de fidéliser (+0.5pt). Lidl reste 1ere en part de voix TV et la cote d'amour de l'enseigne continue sa progression (+4 pts).

CASINO SUPERMARCHES SUIT LE RYTHME

L'enseigne **Casino Supermarchés** (PDM = 1.8%) progresse de +0.1pt de PDM : Casino SM parvient à recruter tout en fidélisant mieux ses clients.

Pour toute citation de données source : Kantar Worldpanel

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