

**Référence**  
Flash**FLASH PERIODE P03 2017**  
(du 20 février au 19 mars 2017)

## REPRISE DES DEPENSES DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION SUR LA PERIODE DU 20/02/2017 AU 19/03/2017

- *Après 2 périodes orientées à la baisse, les dépenses des ménages en PGC-Frais LS évoluent en positif en mars 2017 avec +1.2%.*
- *Les dépenses des français sont toujours portées par le e-commerce (+0,4pt de Pdm) et la proximité (+0,3pt de Pdm).*
- *E.Leclerc bouscule la concurrence (+0,9pt de Pdm).*

La P03 2017 affiche une hausse de 1,2% des dépenses des ménages français en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) en circuit généraliste (HM + SM + EDMP + Proximité + Internet). Dans ce contexte, les circuits Online (+0.4pt) et Proximité (+0.3pt) continuent de peser plus dans les dépenses des français alors que le circuit hypermarché recule de 0.6pt.

### **E.LECLERC PROGRESSE NETTEMENT**

Le groupe E.Leclerc améliore son niveau de Pdm de +0.9pt avec vraisemblablement un impact positif d'opérations promotionnelles sur cette période. E.Leclerc pèse plus chez ses clients (fidélité +0.6pt) et recrute de nouveaux acheteurs (+380 000), atteignant ainsi un niveau de Pdm de 21.1% sur cette période 3.

### **LIDL EST TOUJOURS SUR UNE BONNE TENDANCE**

L'enseigne Lidl, avec 5.6% de Pdm, progresse de +0.2pt et continue de gagner des clients (+ 477 000). L'image Prix et la cote d'amour de Lidl continuent de se renforcer.

### **LES GROUPES SYTEME U & CASINO MAINTIENNENT LE CAP**

Le groupe Système U gagne +0.1pt de Pdm et affiche 10,5% de Pdm sur cette période grâce à des clients plus fidèles (+1.8pt).

Le groupe Casino gagne +0.1pt et atteint 11.4% de Pdm valeur avec notamment des supermarchés Casino dont la pdm évolue de 1.6% à 1.7%.

Enfin, on notera le gain de Pdm de +0.1pt pour Netto sur la même période.

**Méthodologie :**

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).

*Univers de produits* = dépenses des ménages ordinaires en PGC + FRAIS LS pour la consommation au domicile. Ces données sont issues d'un panel et ont donc une valeur de probabilité.

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](mailto:juliette.brossard@kantarworldpanel.com)