

Référence  
Flash

FLASH PERIODE P05 2017  
(du 17 avril au 14 mai 2017)

## RALENTISSEMENT POUR LES PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION DU 17/04/2017 AU 14/05/2017

- Avec une baisse de -0,2% la P5 bascule à nouveau dans le rouge.
- Les dépenses des français sont toujours portées par le e-commerce (+0,4pt de Pdm) et la proximité (+0,2pt de Pdm).
- Les distributeurs indépendants et le groupe Casino sur le podium.

Après deux mois consécutifs positifs, la P5 ne confirme pas cette tendance positive et recule à -0,2% en valeur, portant ainsi +0,1% les dépenses des ménages français en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) en circuit généraliste (HM + SM + EDMP + Proximité + Internet) sur un cumul de l'année à mi-mai 2017.

La perception du pouvoir d'achat est moins bonne et 41% des foyers déclarent que la situation personnelle de leur foyer pourrait se dégrader au cours des 12 prochains mois.

La Proximité (+0.2pt) continue à gagner de la part de marché, les circuits Online (+0.4pt) conservent leur vitesse de croisière, au détriment du circuit hypermarché en recul quant à lui de 0.5pt.

### LES DISTRIBUTEURS INDEPENDANTS ET LE GROUPE CASINO SUR LE PODIUM :

E.Leclerc pointe à 21,2% de Pdm et prend +0,3 pt de Pdm. L'enseigne progresse grâce à un gain de fidélité en bonne partie via ses drives.

Le groupe U affiche 10,5% de Pdm et progresse de +0,2 pt.

Le groupe Intermarché confirme la reprise entamée le mois dernier. Le groupe pèse 14,6% de Pdm et gagne +0,2 pt.

Le groupe Casino gagne +0,2pt de Pdm à 11,9%. Le groupe est dynamisé par les enseignes Franprix et Monoprix qui gagnent 0,1pt de Pdm chacune.

La Pdm de Lidl passe de 5,3% à 5,4% de Pdm et compte 300.000 nouveaux clients sur la période.

Pour toute citation de données source : [Kantar Worldpanel](#)

**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)