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.com/fr**
Twitter : **@KWP_FR**

Communiqué de presse

FLASH PERIODE P11 2015 (du 05 octobre 2015 au 1er novembre 2015)

Chambourcy, le 18 novembre 2015

Référenseigne Flash

Produits de grande consommation : des ventes toujours portées par le e-commerce

- Avec une hausse de **+1,2% en valeur** de la grande consommation, le mois d'octobre 2015 est légèrement décroché
- La Pdm du circuit de **Proximité** est stable
- **E.Leclerc et Leader Price** continuent de prendre de la Pdm en octobre

Avec une hausse de 1,2% en valeur, le mois d'octobre est légèrement décroché par rapport au rythme de croissance mesuré depuis le début de l'année à 1,5%. Petit coup de frein donc des dépenses des ménages français en produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS) en circuit généraliste (HM + SM + Discount + Proximité + Internet) après une rentrée dynamique et un effet OP promos qui avait bien boosté les ventes de la période précédente.

Le moral d'achat s'améliore très légèrement, en raison d'une meilleure perception conjointement du Pouvoir et du Vouloir d'achat.

44% des français pensent qu'au cours des 12 derniers mois la hausse des prix a été moins rapide ou qu'ils sont restés stables (+3pts) ; et près de 89% d'entre eux (+2,7pts) estiment que cela va durer pour les 12 mois qui viennent.

Des ventes toujours portées par le e-commerce

Les achats **Online** sont toujours sur une belle dynamique avec un gain de +0,7pt à 5,4% de Pdm en octobre.

Les réseaux de proximité : forte attractivité mais de tout petits paniers

La Pdm du circuit de Proximité est stable et se caractérise toujours par :

- une part de trafic importante (13%) plus de deux fois supérieure à sa Pdm valeur (6%)
- un niveau de Pdm très hétérogène selon l'habitat : 25% de Pdm à Paris par exemple contre 6% en moyenne et moins de 3% dans les villes les plus petites.

E.Leclerc et Leader Price moteurs de la croissance

Le **Groupe E.Leclerc** (Pdm : 20,1%) affiche une croissance de +1,1pt sur la période.

Octobre 2014 avait marqué pour **Lidl** le début d'une série 12 mois consécutifs de progression. En octobre 2015 Lidl gagne +0,1pt de Pdm et l'enseigne poursuit son recrutement (+165 000 clients). Lidl est la 1er enseigne en TV et sa « cote d'amour » progresse très significativement.

Le **Groupe Casino** gagne 0,1pt à 11,5% de Pdm. **Leader Price** (Pdm : 2,7%) affiche le 2ème gain de Pdm toutes enseignes confondues avec +0,2pt : le recrutement (+176 000 clients avec un effet parc positif) et la hausse de la fréquence d'achat permettent à cette enseigne de gagner du terrain depuis presque une année. **Géant** gagne 0,1pt de Pdm à 2,6%.

LES PERFORMANCES DES DISTRIBUTEURS DISPONIBLES SUR NOTRE SITE INTERNET

Le site Kantar Worldpanel fournit des informations sur le secteur de la grande distribution, avec l'analyse de nos experts, pour la France, le Royaume-Uni, l'Irlande, la Chine et d'autre pays. **Les professionnels du marketing ou du commerce peuvent donc dès à présent accéder aux dernières données sur les distributeurs en PGC-FLS**.

Le site Kantar Worldpanel est **mis à jour toutes les 4 semaines** avec les dernières parts de marché trimestrielles glissantes, et permet de consulter nos données **sur les deux dernières années**. Il est donc très facile de suivre l'historique des performances des groupes de distributeurs. L'ensemble des informations peut être visualisé sous la forme de graphique dynamique.

Cette nouveauté vient enrichir l'offre de Kantar Worldpanel dédiée à la compréhension des performances des distributeurs en France en apportant, au plus grand nombre, **une image macro des parts de marché trimestrielles des groupes de distribution.**

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).

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 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**