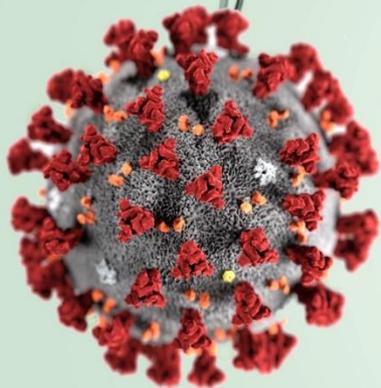


IRI VISION ACTUALITE



Données arrêtées au 3 Mai 2020

Edition S18 2020

INSIGHT & COMMUNICATION
IRI FRANCE

A retenir

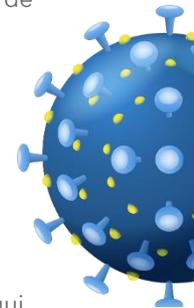
Lors de cette 7^{ème} semaine de confinement, les ventes de PGC reculent fortement en GSA : -4%. Il s'agit de la plus forte baisse enregistrée depuis le démarrage de la crise Covid-19 (et même depuis le début de l'année 2020). Le DPH contribue fortement à cette rupture de tendance avec une évolution de son CA de -22%, notamment en hypermarchés (-32%), liée en partie à des décalages d'opérations promos. Les PGC alimentaires (-1%) et les PFT (-1%) ne sont cependant pas bien orientés non plus.

Le calendrier, avec le 1^{er} mai qui est un vendredi cette année contre un mercredi en 2019, participe certes à cette mauvaise tendance. Mais l'essentiel de la baisse vient d'ailleurs. En effet, à l'approche du déconfinement et même si les Français ne se disent pas tous sereins sur sa mise en pratique, le stockage ou l'achat de « produits du confinement » paraît moins essentiel. Toutes les catégories emblématiques de cette période particulière, que ce soit pour l'entretien de la maison (nettoyants multi usages, éponges, javel), les produits papier (papier toilette) ou d'hygiène et de protection (savons de toilette, gants) mais également les produits de fond de placard d'épicerie ou du « fait maison » (pâtes, riz, œufs, farine, levure) voient leur croissance diminuer ou leurs ventes baisser.



A cette perspective de passer à une nouvelle étape de la crise sanitaire s'ajoute l'inquiétude grandissante, quant aux tensions économiques à venir, qui incite à une plus grande vigilance sur les dépenses.

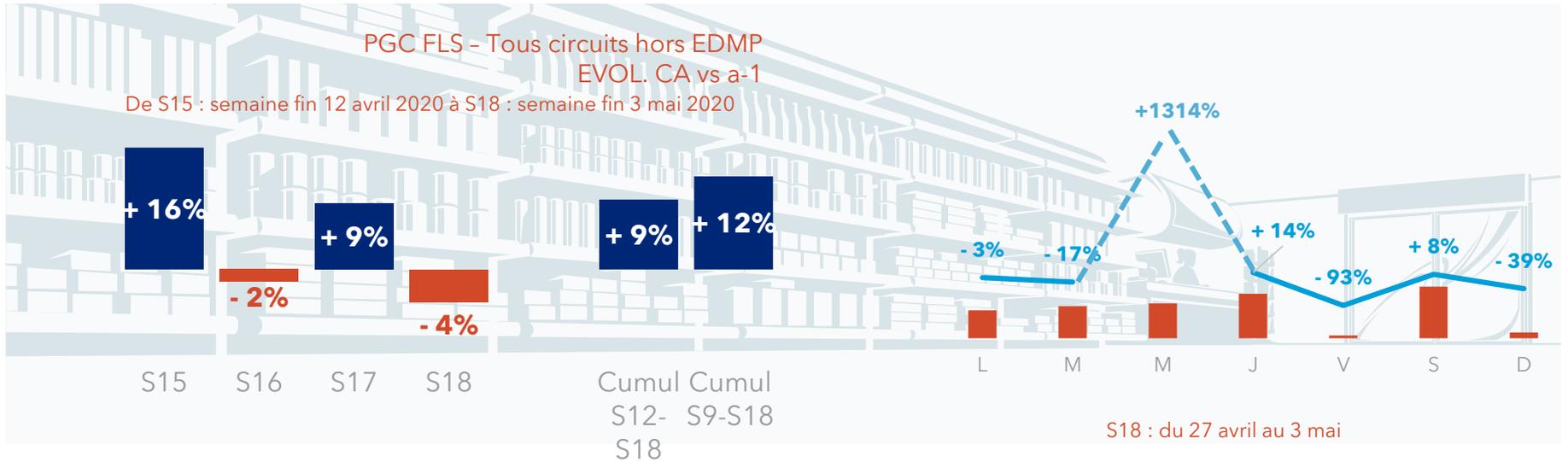
Ainsi, même si les règles de déplacement restent globalement bien suivies (malgré quelques alertes sur le non respect) et la fréquentation des magasins largement inférieure au trafic de 2019, les caddies étaient la semaine dernière moins fournis.





PGC-FLS

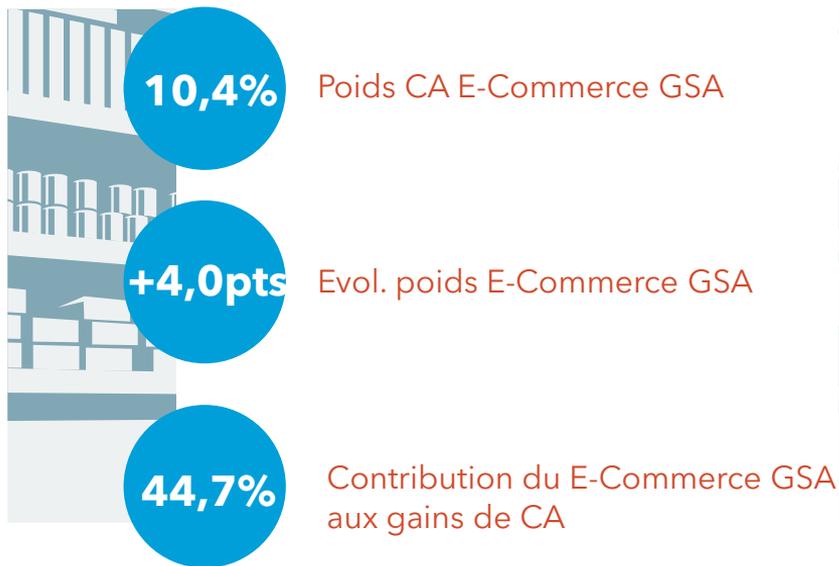
Entre perspective d'une crise économique et anticipation du déconfinement, les Français diminuent leurs achats de PGC.



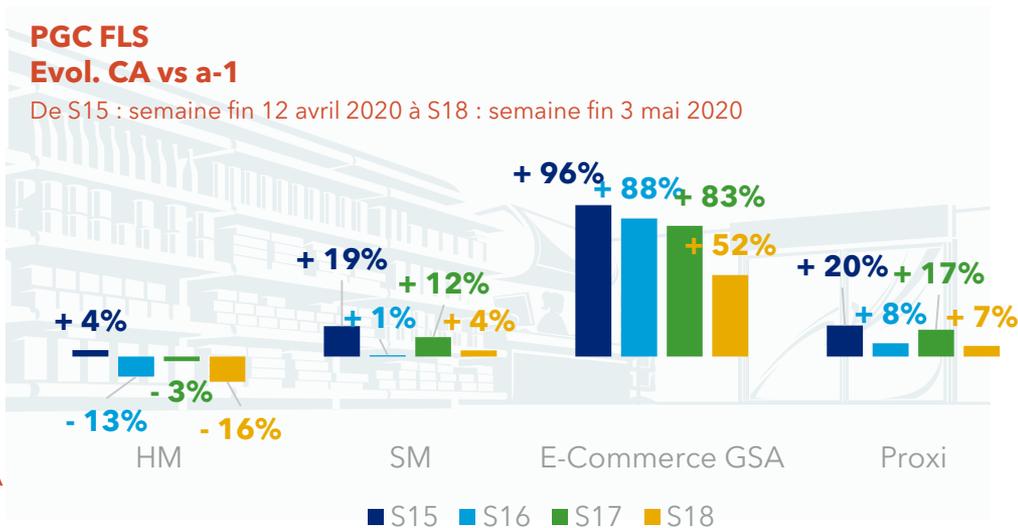
Rappel Evol. CA semaines 2019

+0,9% +6,9% -3,6% +2,2% +1,4% +1,4%

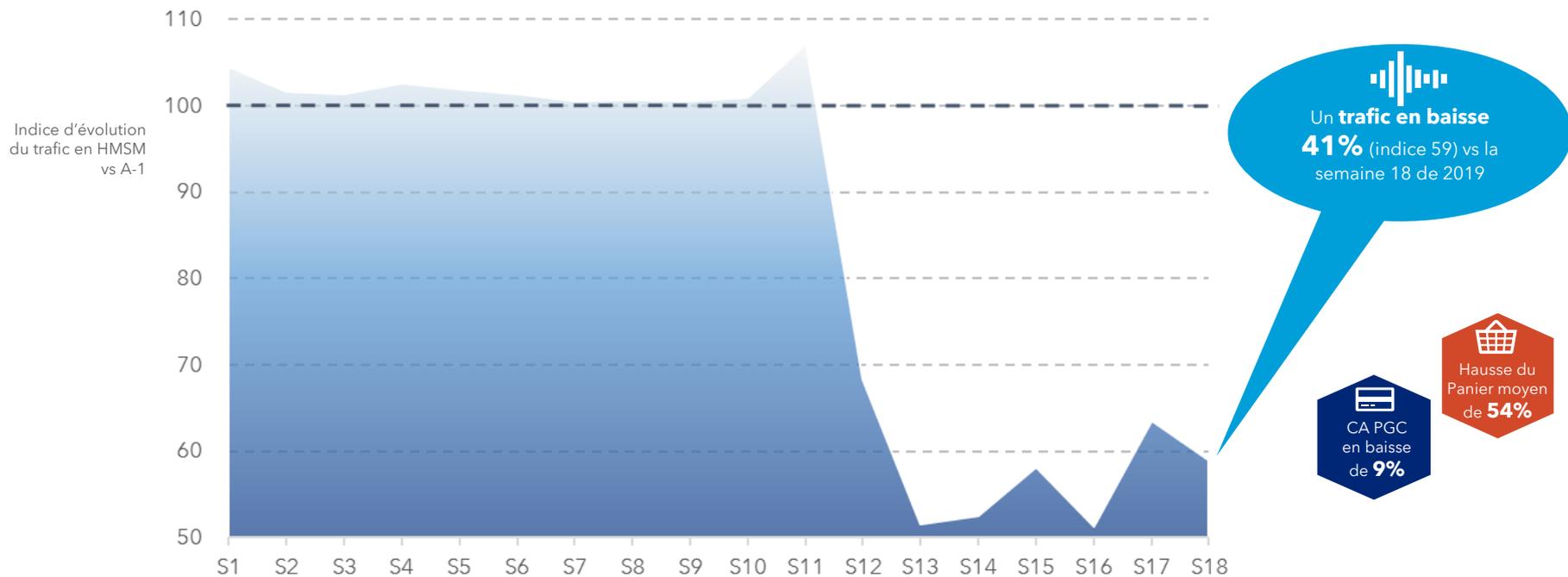
Ralentissement général du rythme de croissance, y compris en E-Commerce. La chute des hypers provient pour 1/3 du DPH, en partie suite au décalage d'opérations promo.



Semaines de confinement strict
Cumul du 16 mars au 3 mai 2020

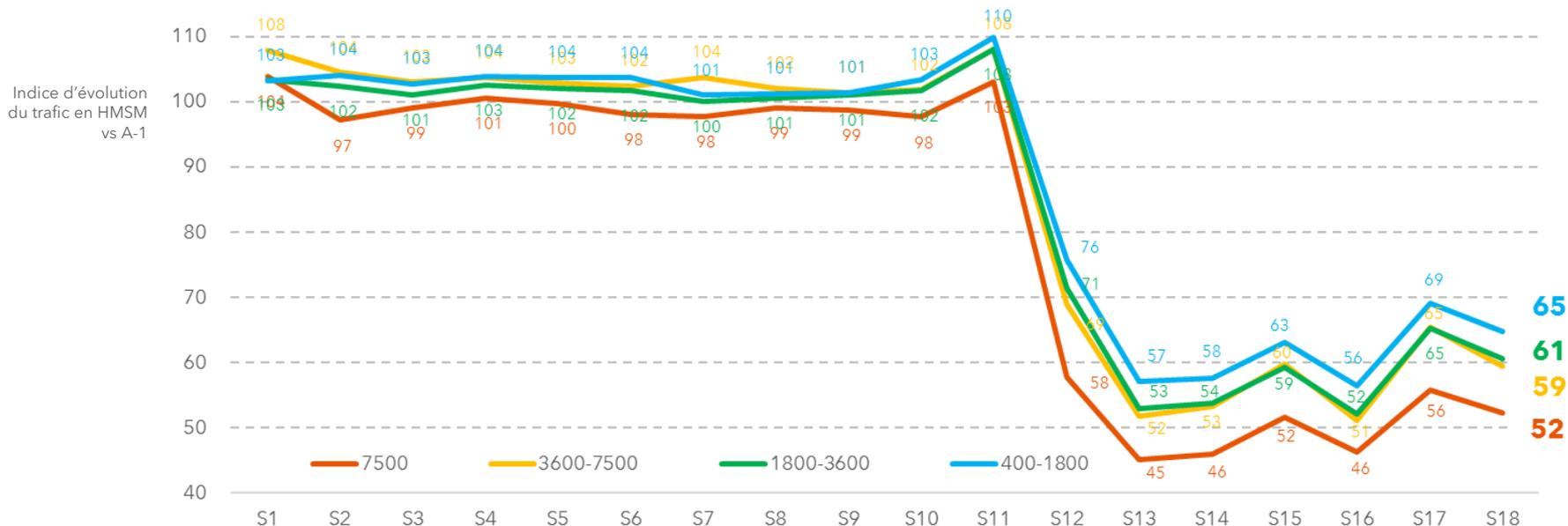


A quelques jours du déconfinement, la croissance du panier est bien moins forte que le mois dernier.



Source : baromètre trafic magasin IRI Géomarketing basé sur les données tickets de caisse des enseignes suivantes : Auchan supermarchés, Auchan, Carrefour, Colruyt, Carrefour Market, Casino, Leclerc, Leclerc Express, Cora, Géant, Casino, Hyper U, Super U, Marché U, U Express, Utile, Maximarché, Monoprix, Monop', Record, Match

La restriction des déplacements impacte toujours la fréquentation des magasins.

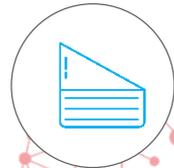
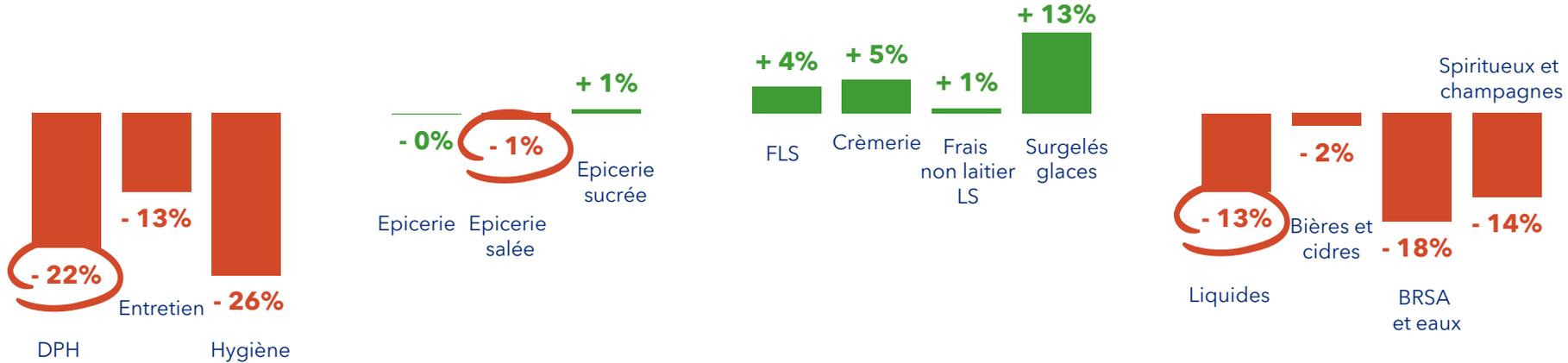


Source : baromètre trafic magasin IRI Géomarketing basé sur les données tickets de caisse des enseignes suivantes : Auchan supermarchés, Auchan, Carrefour, Colruyt, Carrefour Market, Casino, Leclerc, Leclerc Express, Cora, Géant, Casino, Hyper U, Super U, Marché U, U Express, Utile, Maximarché, Monoprix, Monop', Record, Match

Même les ventes d'épicerie salée, rayon très dynamique pendant le confinement, reculent.

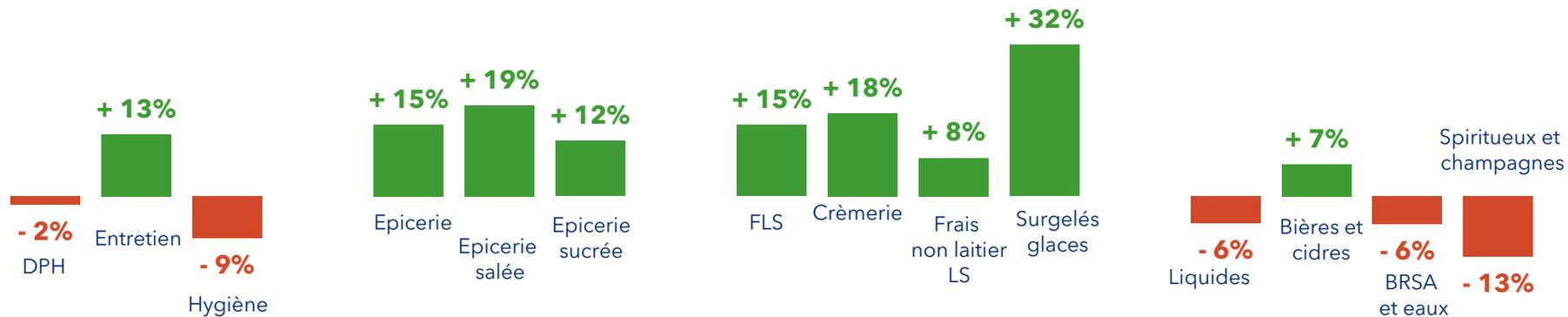
La baisse impressionnante du DPH provient en partie de « dephasing » promotionnels.

Tous circuits hors EDMP
Evol. CA vs a-1, semaine du 3 mai 2020



Surgelés-glaces, épicerie salée et crèmerie : trio de tête de la période du confinement.

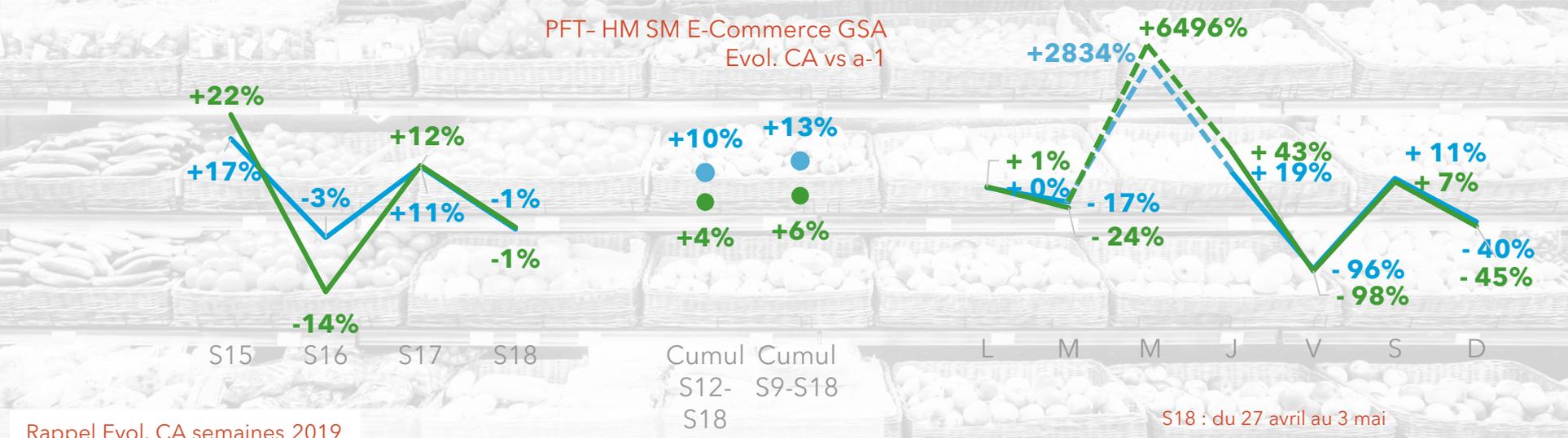
Tous circuits hors EDMP
Evol. CA vs a-1, cumul du 16 mars au 3 mai 2020





Produits Frais Traditionnels

Comme celle des PGC alimentaires, la croissance des PFT flanche.

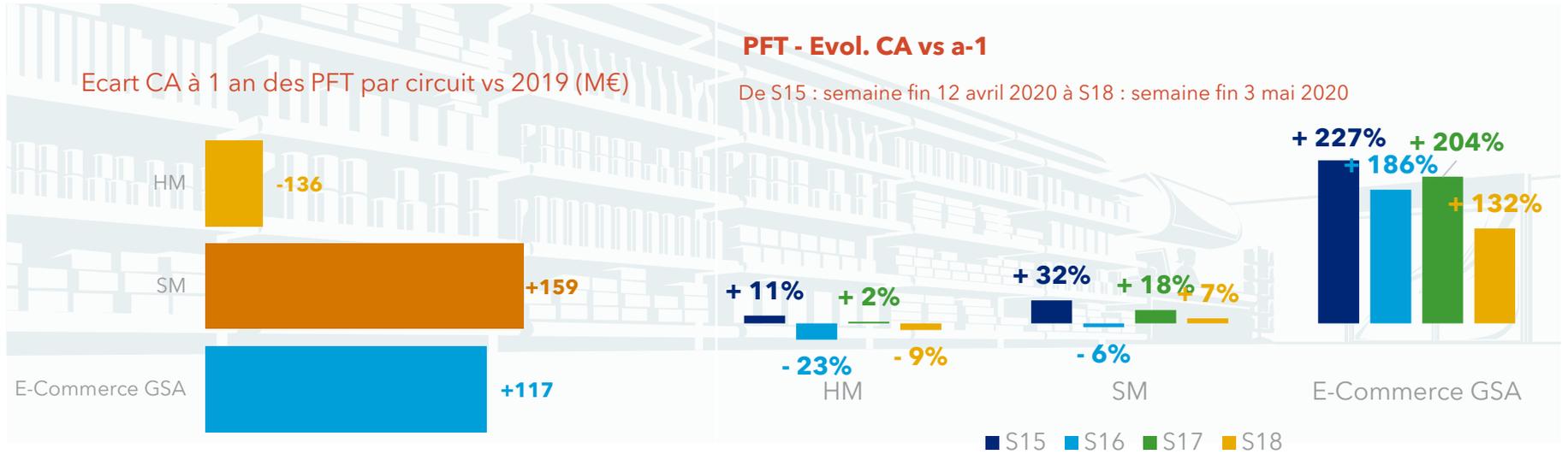


Rappel Evol. CA semaines 2019

	S15	S16	S17	S18	Cumul S12-S18	Cumul S9-S18
PGC Alimentaires	+3,7%	+9,9%	-4,0%	+0,9%	+1,8%	+1,7%
PFT Poids variable	+2,0%	+17,5%	-5,2%	-2,0%	+0,7%	+0,7%

De S15 : semaine fin 12 avril 2020 à
S18 : semaine fin 3 mai 2020

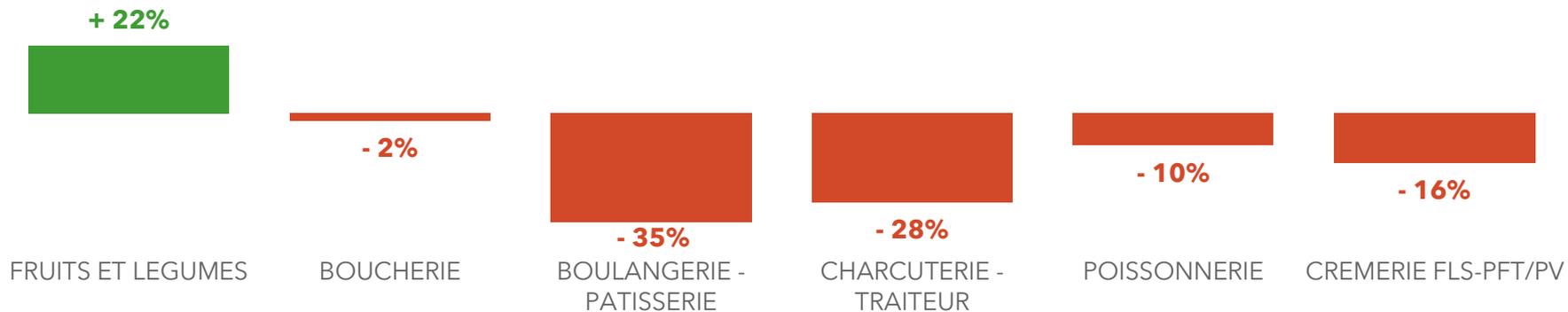
La baisse du rythme de croissance concerne tous les circuits, pour les PFT également.



PFT - Cumul du 16 mars au 3 mai 2020

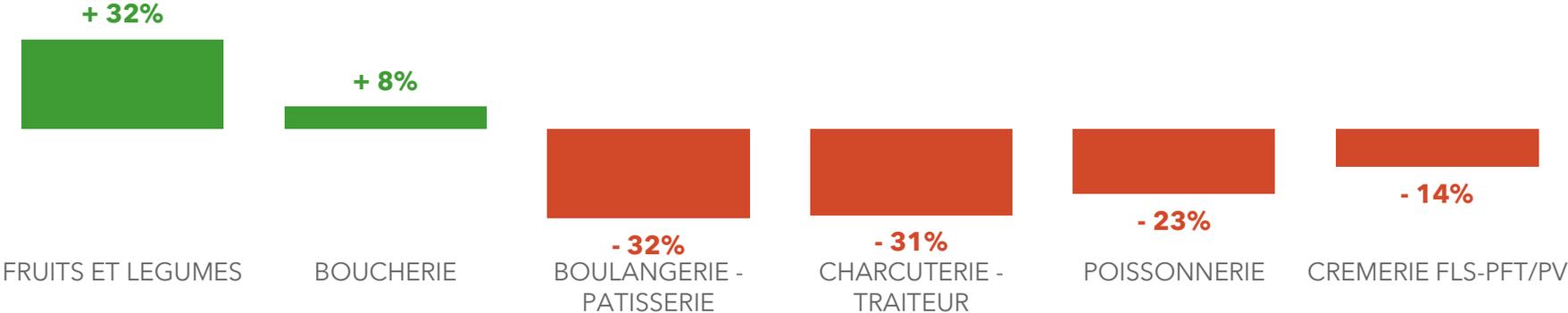
Seuls les fruits et légumes restent dynamiques.

HM SM E-Commerce GSA
Evol. CA vs a-1, semaine du 3 mai 2020



Charcuterie, boulangerie et poissonnerie en net recul depuis le début de la crise.

HM SM E-Commerce GSA
Evol. CA vs a-1, cumul du 16 mars au 3 mai 2020



Annexes

Top & flop catégories des PGC FLS – Tous circuits GMS hors EDMP

Evol. CA vs a-1 - Semaine du 3 mai 2020

LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+99%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+60%
PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	+57%
SAVONS DE MENAGE	+52%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+51%
KIT BALAIS + LINGETTES	+46%
GANTS DE MENAGE	+44%
FROMAGES MEDITERRANEENS	+39%
AUTRES PAINS PRE-EMBALLES	+36%
TABLETTES DE CHOCOLAT	+36%
FARINES	+35%
DESSERTS A PREPARER	+35%
INSECTICIDES	+35%
EPICES HERBES ET MELANGES	+32%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+32%
POISSONS SGL	+30%
FROMAGES A CONSOMMER CHAUD	+29%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+28%
AIDE CULINAIRE RF	+28%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+28%

Top

TAMPONS	-38%
PRODUITS MOUSSANTS A RASER	-39%
VINS AROMATISES	-40%
EAU DE TOILETTE ET PARFUM	-43%
CHAMPAGNE	-43%
LESSIVES GENERALISTES	-44%
SPEC GLACEES A PARTAGER	-45%
TOILETTE DU VISAGE	-45%
SOINS DU VISAGE	-47%
BARRES CEREALIERES	-48%
DEODORANT	-48%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-48%
ENTRETIEN CUIR PVC ET TOILE	-49%
PRODUITS SOLAIRES EN	-50%
LAQUES	-51%
CHEWING GUMS	-52%
PRODUITS COIFFANTS	-52%
SALADES DE FRUITS RF	-52%
MAQUILLAGE	-56%
SANDWICH	-70%

Flop

Les catégories des PGC FLS les plus achetées par circuit

Top 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 3 mai 2020

LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+69%
PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	+49%
SAVONS DE MENAGE	+35%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+30%
GANTS DE MENAGE	+29%
KIT BALAIS + LINGETTES	+27%
FROMAGES MEDITERRANEENS	+26%
AUTRES PAINS PRE-EMBALLES	+26%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+26%
DESSERTS A PREPARER	+21%
INSECTICIDES	+19%
FROMAGES A CONSOMMER CHAUD	+17%
TABLETTES DE CHOCOLAT	+16%
AIDE CULINAIRE RF	+16%
SPEC GLACEES INDIV	+16%
PRODS ENTRE ET GROS TRAVAUX	+15%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+14%
POISSONS SGL	+13%
EPICES HERBES ET MELANGES	+13%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+12%

HM

LEVURES ET SUCRES AROMATISES	118%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	84%
AIDE A LA PATISSERIE EN	77%
FARINES	72%
GANTS DE MENAGE	62%
SAVONS DE MENAGE	59%
EPICES HERBES ET MELANGES	54%
INSECTICIDES	54%
DESSERTS A PREPARER	53%
PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	53%
KIT BALAIS + LINGETTES	52%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	49%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	48%
FROMAGES MEDITERRANEENS	47%
AUTRES PAINS PRE-EMBALLES	45%
TABLETTES DE CHOCOLAT	45%
LEGUMES MARINES	45%
CONSERVES DE TOMATES	44%
PATES MENAGERES	44%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	41%

SM



IRI

CA Catégories >100k€, dernière semaine

Les catégories des PGC FLS les plus achetées par circuit

Top 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 3 mai 2020

COLORATION	+469%
SAVONS DE MENAGE	+286%
EAUX DE COLOGNE	+265%
INSECTICIDES	+250%
SOINS DES PIEDS ET JAMBES	+236%
KIT BALAIS + LINGETTES	+216%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+198%
PRODS ENTRE ET GROS TRAVAUX	+197%
ACCESSOIRES POUR CHEVEUX	+196%
LAITS INDUSTRIELS	+182%
CONSERVES AUTRES PRODUITS DE LA MER	+181%
EDULCORANTS ET SUBSTITUTS DE SUCRE	+180%
FOIES GRAS FRAIS	+179%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+167%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+166%
PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	+163%
CREMES DE MARRONS	+162%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+155%
FRUITS SECS	+152%
FROMAGES A CONSOMMER CHAUD	+151%

E-Commerce GSA

PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	+353%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+230%
FARINES	+153%
GANTS DE MENAGE	+141%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+127%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+124%
SAVONS DE MENAGE	+108%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+92%
PATES MENAGERES	+88%
EPICES HERBES ET MELANGES	+88%
INSECTICIDES	+83%
KIT BALAIS + LINGETTES	+80%
COLORATION	+80%
EAU DE VIE ET FRUITS A L'ALCOOL	+76%
DESSERTS A PREPARER	+72%
FRUITS DE MER SGL	+70%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+67%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+66%
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	+64%
FROMAGES MEDITERRANEENS	+64%

Proxi <400m2



IRI

CA Catégories >10k, dernière semaine

Les catégories des PGC FLS les plus en recul par circuit

Flop 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 3 mai 2020

BISCUITS PETIT DEJEUNER	-46%
VINS AROMATISES	-46%
EAU DE TOILETTE ET PARFUM	-46%
BROSSES A DENTS	-46%
PRODUITS MOUSSANTS A RASER	-48%
SALADES DE FRUITS RF	-52%
LESSIVES GENERALISTES	-53%
BARRES CEREALIERES	-53%
TOILETTE DU VISAGE	-53%
CHAMPAGNE	-53%
SOINS DU VISAGE	-54%
PRODUITS SOLAIRES EN	-54%
DEODORANT	-54%
ENTRETIEN CUIR PVC ET TOILE	-55%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-55%
PRODUITS COIFFANTS	-57%
CHEWING GUMS	-58%
LAQUES	-59%
MAQUILLAGE	-59%
SANDWICH	-68%

HM

BOISSONS AUX FRUITS PLATES	-30%
PRODUITS MOUSSANTS A RASER	-30%
LESSIVES GENERALISTES	-30%
SOINS ANTI-BACTERIENS VISAGE	-34%
CHAMPAGNE	-35%
TAMPONS	-35%
TOILETTE DU VISAGE	-36%
EAU DE TOILETTE ET PARFUM	-37%
SALADES FRAICHES	-37%
DEODORANT	-37%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-40%
LESSIVES SPECIALISTES	-41%
SOINS DU VISAGE	-43%
LAQUES	-44%
PRODUITS COIFFANTS	-46%
CHEWING GUMS	-47%
BARRES CEREALIERES	-48%
PRODUITS SOLAIRES EN	-49%
MAQUILLAGE	-49%
SANDWICH	-71%

SM



IRI

CA Catégories >100k€, dernière semaine

Les catégories des PGC FLS les plus en recul par circuit

Flop 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 3 mai 2020

GOUTERS	+4%
EAUX AROMATISEES	+0%
EAUX GAZEUSES NATURES	-0%
TOILETTE DU VISAGE	-0%
CHEWING GUMS	-5%
HYGIENE ET SOINS POUR BEBE	-7%
BISCUITS PETIT DEJEUNER	-8%
PRODUITS SOLAIRES EN	-10%
DESSERTS PRETS A CONSOMMER	-12%
BARRES CEREALIERES	-13%
ASSOUPLISSANTS	-13%
LAITS INFANTILES	-15%
LESSIVES GENERALISTES	-16%
CHANGES ET COUCHES CULOTTES	-16%
MAQUILLAGE	-17%
TAMPONS	-18%
DEODORANT	-18%
PRODUITS COIFFANTS	-30%
VINS AROMATISES	-36%
SANDWICH	-47%

FOIES GRAS FRAIS	-30%
LESSIVES GENERALISTES	-31%
DEODORANT	-31%
PLATS CUISINES FRAIS	-32%
BOISSONS A BASE DE THE	-35%
FRAIS EMBALLE TRAITEUR LS	-35%
BOISSONS AUX FRUITS PLATES	-36%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-37%
HYGIENE SEXUELLE	-38%
VDN / MUSCATS / PINEAUX	-38%
EAUX AROMATISEES	-39%
VINS AROMATISES	-46%
TAMPONS	-49%
CHEWING GUMS	-53%
SALADES FRAICHES	-54%
PRODUITS COIFFANTS	-54%
SALADES DE FRUITS RF	-55%
BARRES CEREALIERES	-55%
LAMES ET RASOIRS FEMME	-62%
SANDWICH	-74%

E-Commerce GSA

Proxi <400m2



Top & flop catégories des PGC FLS – Tous circuits GMS hors EDMP

Evol. CA vs a-1 – Cumul du 16 mars au 3 mai 2020

GANTS DE MENAGE	+191%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+159%
FARINES	+140%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+80%
JAVEL	+77%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+76%
SAVONS DE MENAGE	+70%
POISSONS SGL	+66%
DESSERTS A PREPARER	+63%
PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	+58%
CONSERVES DE TOMATES	+58%
VIANDES SURGELEES	+57%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+54%
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	+52%
MIELS	+51%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+50%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+50%
BISCOTTES	+49%
LEGUMES SECS EN	+49%
NETTOYANTS MENAGERS MULTI-USAGES	+49%

Top

SALADES FRAICHES	-35%
DEODORANT	-36%
GATEAUX FROMAGERS ET TOURTEAUX	-36%
FOIES GRAS FRAIS	-42%
BARRES CEREALIERES	-42%
LEGUMES MARINES RF	-42%
EAU DE TOILETTE ET PARFUM	-43%
COFFRET DE TOILETTE	-47%
LAQUES	-47%
PRODUITS COIFFANTS	-49%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-51%
CHEWING GUMS	-52%
SPEC GLACEES A PARTAGER	-53%
ENTRETIEN CUIR PVC ET TOILE	-54%
SALADES DE FRUITS RF	-55%
MAQUILLAGE	-55%
LINGETTES ET RINCES DOIGTS	-57%
CHAMPAGNE	-57%
ACCESSOIRE LUSTRANT CHAUSSURES	-63%
SANDWICH	-70%

Flop

Le suivi hebdomadaire des performances des PGC et PFT en GSA publié dans IRI Vision Actualité est réalisé grâce à notre plateforme **IRI Liquid Data.**

Vous bénéficiez de données avancées et disponibles très rapidement grâce à un traitement spécifique des données de la dernière semaine sur un parc de plus de 12000 points de vente.

Pourquoi choisir IRI ?

IRI apporte des réponses concrètes sur les opportunités de croissance grâce à la révolution de l'exploitation des données marchés, produits, clients, magasins et logistique ainsi que par l'intelligence artificielle.

En effet, croître sur un marché en pleine mutation est un enjeu majeur qui nécessite de s'appuyer sur la capacité à actionner rapidement une multitude de données.

IRI a développé les dernières technologies et solutions de pointe pour l'intégration multi-sources et la démocratisation des données, notamment la visualisation, l'analyse prédictive, l'intelligence artificielle, l'usage de la voix, etc.

Accélérez votre croissance grâce à des INSIGHTS AUTOMATISES et des PRISES DE DECISION FACILITEES, générés par l'intelligence artificielle, le Machine Learning et la technologie IRI la plus avancée à ce jour.