



4ème semaine de confinement: tous les chiffres des ventes de PGC

LSA publie en avant première les chiffres du panéliste Iri sur la 4ème semaine de confinement (du 6 au 12 avril 2020). Soit une hausse de 15% pour les produits de grande consommation. "Un CA total PGC en croissance de +15% au total HM/SM/PROXI/E-Commerce GSA sur cette 4ème semaine de confinement", tel est le bilan d' Iri. "Les stocks des français diminuent et nous sommes sur la semaine de Pâques, événement du calendrier qui était plus tardif l'année dernière (21 Avril). L'historique plus faible favorise donc également cette croissance plus importante", note Emily Mayer, d'Iri. La croissance repart donc et les courses se font définitivement tout au long de la semaine et moins le week-end.

Depuis le début du confinement (S12+13+14+S15), le CA des PGC a progressé de +15% vs les mêmes semaines de 2019.

Les circuits

Sur la semaine 15, les hypers renouent avec la croissance (+4%) grâce à l'effet calendaire positif de Pâques. En effet, les hypers restent en recul vs la semaine de Pâques 2019 (-3%). "La proxi se maintient vs les semaines précédentes à +19% (circuit moins adapté aux courses « festives ») quand supermarchés et E-Commerce GSA accélèrent encore (respectivement (+19% et +95%)", analyse Emily Mayer.

Les rayons

Les PGC alimentaires se démarquent avec une croissance de +17% au cumul des circuits HM/SM/PROXI/E-Commerce GSA. L' épicerie est à +18%, le Frais LS à +21% et les Liquides toujours décrochés vers le bas à seulement +5%. Certaines catégories « festives » reprennent des couleurs : le saumon fumé est à +39% et le foie gras frais à +11% mais d'autres restent très en difficulté comme le champagne à -55% sur la semaine dernière.

Le DPH repasse quant à lui dans le vert à +6% sur la semaine 15. Au sein du DPH, l'entretien poursuit sur sa lancée avec une forte croissance à +18%, porté par la vie plus importante au sein du foyer et les actes de ménage qui y sont associés et le souci croissant de l'hygiène (forte croissance des gants et de la javel par exemple). L'Hygiène est quant à lui à l'équilibre la semaine dernière (+0%). Les stocks de catégories de papier étant importants, les français vident leurs placards et ces produits sont à la baisse la semaine dernière.

"La semaine 15 ayant un historique d'opérations beauté faible en 2019, les tendances sont plutôt meilleures cette semaine pour les familles hygiène beauté. Capillaires et accessoires cheveux: +11% en CA sur la semaine 15 au cumul HM/SM/PROXI/E-Commerce GSA", estime Emily Mayer, qui note un +5% pour les Soins Beauté et un -4% pour l'Hygiène corporelle (probablement un effet des stocks constitués avant le confinement)