

# IRI Insight - Commerce équitable : le marché reste très concentré malgré un développement du CA



## 331 millions d'euros

0,3 % du CA PGC-FLS

Evol CA vs A-1 (%)



## 61 références par magasin en HMSM

0,5 % de l'offre PGC-FLS

4/5 des Français souhaitent plus de produits équitables !  
(Sondage Opinion Way/Max Havelaar)

### Les intervenants

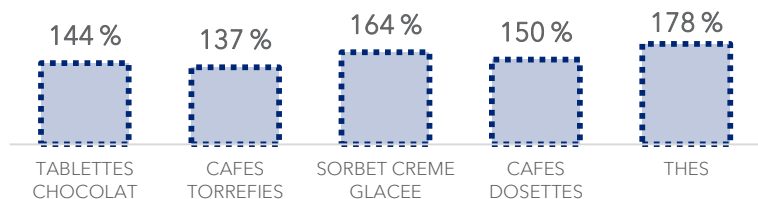
Sans référence labellisée en tablettes de chocolats et glaces, les MDD, en net recul sur 3 ans, représentent à peine 1/5 du marché alors qu'elles pèsent 43 % du Bio et 56 % de l'Ecolo.



Poids CA/commerce équitable et évol. CAM 2018 vs CAM 2015

### Le prix

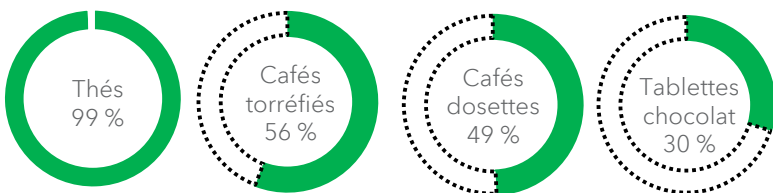
Les produits labellisés commerce équitable sont 1,5 fois plus chers que les non labellisés.



Indice prix à la catégorie commerce équitable vs non labellisés. Concept HMSM

### Bio et équitable

Un tiers du CA équitable cette année vs la moitié en 2015.



Poids CA Bio/Total commerce équitable

90 % du marché en 10 catégories

Tablettes de chocolat

1/3 du CA commerce équitable



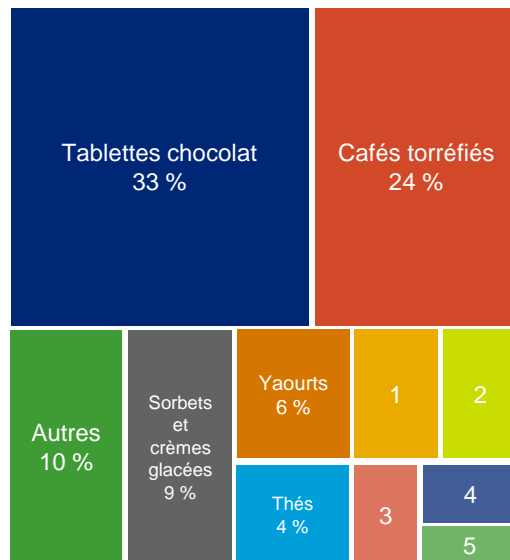
CA : +20,6 % vs 2017  
8,8 % du total de la catégorie

Cafés torréfiés

1/4 du CA commerce équitable



CA : +7,1 % vs 2017  
7,7 % du total de la catégorie



Poids CA /Total commerce équitable

1. Cafés en dosette (4%)
2. Spécialités glacées individuelles (4%)
3. Biscuits chocolat et fruits (3%)
4. Biscuits pâtisseries (2%)
5. Confiserie de chocolat (1%).

### Et plus près de chez nous

La marque du consommateur est présente dans 80 % des magasins HMSM début mai !



### Indice prix vs Marques Nationales

Lait longue conservation 1/2 écrémé brick  
**130**

Concept HMSM - Cumul courant 2018  
Niveau sous-types

## Pourquoi IRI ?

**Rapide :** Des réponses en quelques secondes et non pas en quelques jours ou semaines. Grâce à IRI Liquid Data et IRI Liquid Modelling, seul IRI peut offrir des temps de réponses en temps quasi-réel.

**Plus précis :** Parce que les erreurs peuvent avoir des conséquences importantes, les algorithmes et les méthodologies d'analyses prescriptives IRI identifient et quantifient les actions et les opportunités.

**Reconnue :** Une expertise unique de plus de 30 ans dans l'intégration et l'exploitation de la plus grande base intégrée des Produits de Grande Consommation.

**Fiable :** 95 % des entreprises les plus importantes du secteur des Produits de Grande Consommation, santé et beauté (classement Fortune 500), utilisent les données IRI.

**Certifié :** *Analytics Center of Excellence* – ACE : le plus grand centre d'analyse marketing en Europe, certifié ISO.

## POUR PLUS D'INFORMATIONS

Contactez votre consultant habituel ou [Pascale.Merida@iriworldwide.com](mailto:Pascale.Merida@iriworldwide.com)

**A propos d'IRI :** IRI, le leader mondial dans les domaines du big data, des analyses prédictives et des études prospectives, guide les entreprises du secteur des PGC, de la parapharmacie, les distributeurs et les médias, dans leur croissance. Disponible à la demande, la plus grande base de données intégrées, (panels, cartes de fidélité et médias), est supportée par une technologie exclusive hébergée dans le cloud. IRI accompagne plus de 5000 clients à travers le monde, dans leurs prises de décisions stratégiques, pour gagner en part de marché, répondre aux besoins des consommateurs et délivrer de la croissance.

[IRIworldwide.com](http://IRIworldwide.com)

4 Rue André Derain, 78244 Chambourcy Cedex , +33 (0)1 30 06 22 00