

PGC : POINTS CLÉS du 1^{er} semestre 2019

LA BAISSSE DES VOLUMES SE POURSUIT POUR LA 2^{ÈME} ANNÉE CONSÉCUTIVE. A NOTER QUE SANS LA 1^{ÈRE} SEMAINE DE JANVIER (EFFET CALENDRAIRE TRÈS POSITIF DU LUNDI 31/12), LA CHUTE SERAIT DE -1,5%.

-1%

LA CROISSANCE VALEUR DES PGC. UN RYTHME NETTEMENT PLUS FORT QUE L'AN DERNIER À LA MÊME PÉRIODE (+0,9%).

+1,5%

L'INFLATION DE LA DEMANDE AU TOTAL PGC. ELLE EST CONCENTRÉE SUR L'ALIMENTAIRE (+1,29%) QUAND LE DPH EST TOUJOURS DÉFLATIONNISTE (-0,87%). CETTE REPRISE DE L'INFLATION, COUPLÉE À UNE VALORISATION DES ACHATS (+1,5%), SOUTIENT LA CROISSANCE DU CA.

+1%

LA HAUSSE CA DU CONCEPT HYPER. APRÈS AVOIR FINI L'ANNÉE 2018 LÉGÈREMENT DANS LE ROUGE (-0,1%), LE FORMAT REPREND DES COULEURS. FAIT MAJEUR, LES HYPERS DE + DE 7500M² SONT POSITIFS SUR LE SEMESTRE (+1,6% EN VALEUR), MÊME HORS EFFET SEMAINE 1 (+1%) !

+1,3%

LE NIVEAU D'ÉROSION DU CA PGC EN PROXI URBAINE. CONFRONTÉ À DE MULTIPLES VENTS CONTRAIRES, CE RÉSEAU MARQUE LE PAS APRÈS UNE ANNÉE 2018 POSITIVE (+3,4%).

-0,9%

LE GAIN DU BIO ALIMENTAIRE. IL PÈSE MAINTENANT 5,4% DU CA ALIMENTAIRE. IL PROGRESSE ÉGALEMENT TRÈS VITE SUR L'HYGIÈNE BEAUTÉ (+55%) POUR REPRÉSENTER DÉSORMAIS 3,5% DU CA DU RAYON.

+418 M€

L'IMPACT DÉFAVORABLE DE LA MÉTÉO SUR LES VENTES DES PGC. LA CANICULE DE JUIN NE DOIT PAS FAIRE OUBLIER UN PRINTEMPS BIEN GRIS.

-0,53%

MANQUE À GAGNER PROMOTIONNEL AU TOTAL PGC (CUMUL P2-P6, CONCEPT HM+SM). LE CA PROMOTIONNEL SE CONTRACTE TANT SUR L'ALIMENTAIRE (-145M€) QUE SUR LE DPH (-15M€) ALORS MÊME QUE LE TAUX DE GÉNÉROSITÉ A ÉTÉ ACCRU SUR CET UNIVERS, NON CONCERNÉ PAR LA LOI.

-160 M€

LE REBOND DU CA DES MDD CLASSIQUES. AGRESSIVITÉ PRIX, RENFORCEMENT DE LA VISIBILITÉ DANS L'OFFRE GLOBALE ET DISCOURS QUALITÉ TRÈS PUISSANT EXPLIQUENT CE CHANGEMENT DE TENDANCE APRÈS 5 ANNÉES D'ÉROSION.

+0,3%

LA RUPTURE DE TENDANCE DES PME. A +4,1% DE CROISSANCE VALEUR L'AN DERNIER, LES PME RALENTISSENT TOUT EN RESTANT POSITIVES (+2,4%). MOINS FAVORISÉES DANS LES ASSORTIMENTS, CONCURRENCÉES PAR LES MDD ET TRÈS GRANDS GROUPES SUR LE TERRAIN DE LA QUALITÉ ET PÉNALISÉES SUR LE TERRAIN DE LA PROMOTION, LEUR CROISSANCE SE FAIT MOINS ÉVIDENTE.

-1,7 pts

LA CONTRACTION DE L'OFFRE PGC EN JUIN EN CONCEPT HYPER. LES STRATÉGIES DE RATIONALISATION, NOTAMMENT DANS LES GRANDS HYPERMARCHÉS, SE LISENT AU GLOBAL DU CIRCUIT. LE RAYON DPH EST LE PREMIER À FAIRE LES FRAIS DES RÉDUCTIONS D'ASSORTIMENTS.

-0,2%



Pourquoi choisir IRI ?

Plus 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'INFORMATION

Contactez **Emily Mayer – Emily.Mayer@IRIworldwide.com**

A propos d'IRI

IRI, 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.

www.IRIworldwide.com

4, rue André Derain, 78 244 Chambourcy Cedex, +33 (0)1 30 06 22 00



Copyright © 2019 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners.

