

# LE SCAN DE L'INFO

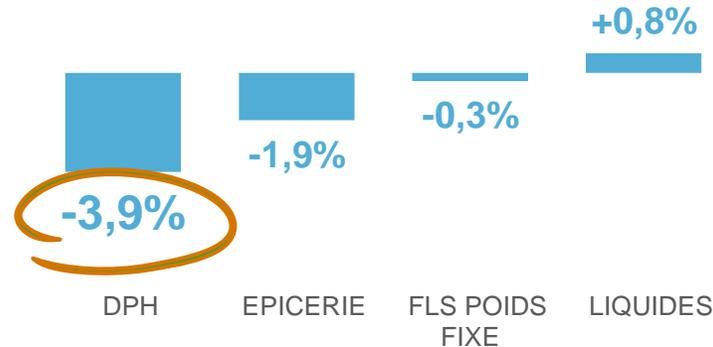
## La contraction de l'offre se poursuit en 2021 dans les enseignes d'hypermarchés.

**-1,7%**

Evolution de l'offre en 2021 vs 2020

### Le rayon DPH est le premier touché par la réduction de l'offre.

Evol. nombre moyen de références hebdo/mag. vs 2020



### Seules les PME échappent aux coupes dans les assortiments.

Evol. nombre moyen de références hebdo/mag. vs 2020

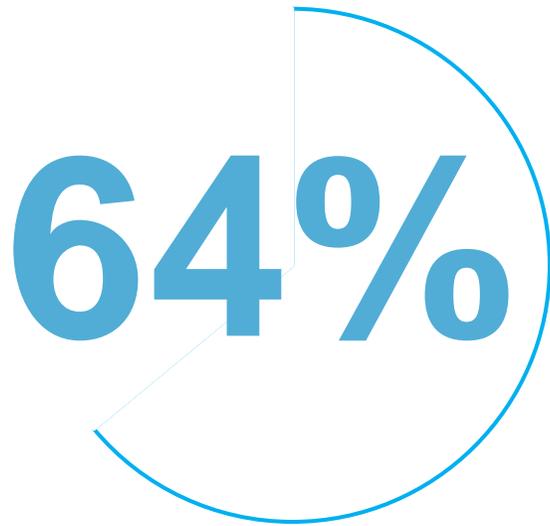




**IRi**  
Growth delivered.

# LE SCAN DE L'INFO

Près des 2/3 des catégories sont concernés par cette réduction de l'offre en hypermarchés.



des catégories en nombre et **58%** en CA voient leur offre se réduire en 2021 dans les enseignes d'hypermarchés.

## Top 5 des catégories dont l'offre se contracte

TOILETTE DU VISAGE	-11,0
FROMAGES ALLEGES	-12,1
MAQUILLAGE	-13,5
FOIES GRAS FRAIS	-21,3
GANTS DE MENAGE	-26,9

Evol. nombre moyen de références hebdo/mag. vs 2020  
Catégories avec CA >5M€ en 2021

## Top 5 des catégories dont l'offre se développe

PRODUITS ET ACCESSOIRES PARA. (masques, gels)	+19,0
ADOUCISSEUR D'EAU/DETARTRANT	+15,2
PANACHE ET BIÈRE SANS ALCOOL	+12,2
CHAMPAGNE	+11,5
RHUMS	+10,7

Evol. nombre moyen de références hebdo/mag. vs 2020  
Catégories avec CA >5M€ en 2021



Source : IRI Liquid Data, PGC FLS – Concept HM – Du 4 janvier au 14 mars 2021

Retrouvez nos publications sur [www.iriworldwide.com](http://www.iriworldwide.com) rubrique Insights → Publications.  
Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication mars 2021.