



**IRi**

Growth delivered.

# LE SCAN DE L'INFO

L'importante croissance du CA non alimentaire sur la semaine d'annonce du reconfinement contraste avec l'écroulement connu par le rayon la semaine du 16 mars. La projection de la fermeture des commerces/rayons non essentiels et l'approche de Noël se traduisent par de forts achats sur l'univers de la maison, les produits de sport, de loisirs, les jeux et jouets. Tout en restant très négatif, le textile ne s'effondre pas comme en mars dernier et la culture fait aussi bien que sur le 1<sup>er</sup> confinement. Les rayons qui affichent des résultats inférieurs en GSA, sont ceux qui ont connu de fortes croissances depuis la fin du 1<sup>er</sup> confinement et dont l'ouverture reste autorisée (bricolage et décoration notamment).



## Les rayons qui font mieux



Textile



Univers de la maison



Sports, loisirs, jeux, jouets

## Aussi bien



Culture

## Moins bien



Jardinerie, animalerie, bricolage, automobile



Source : IRI Liquid Data – Concepts HM+SM – comparaison de l'évolution CA à 1 an entre la semaine du 16 mars et celle du 26 octobre

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 novembre 2020.

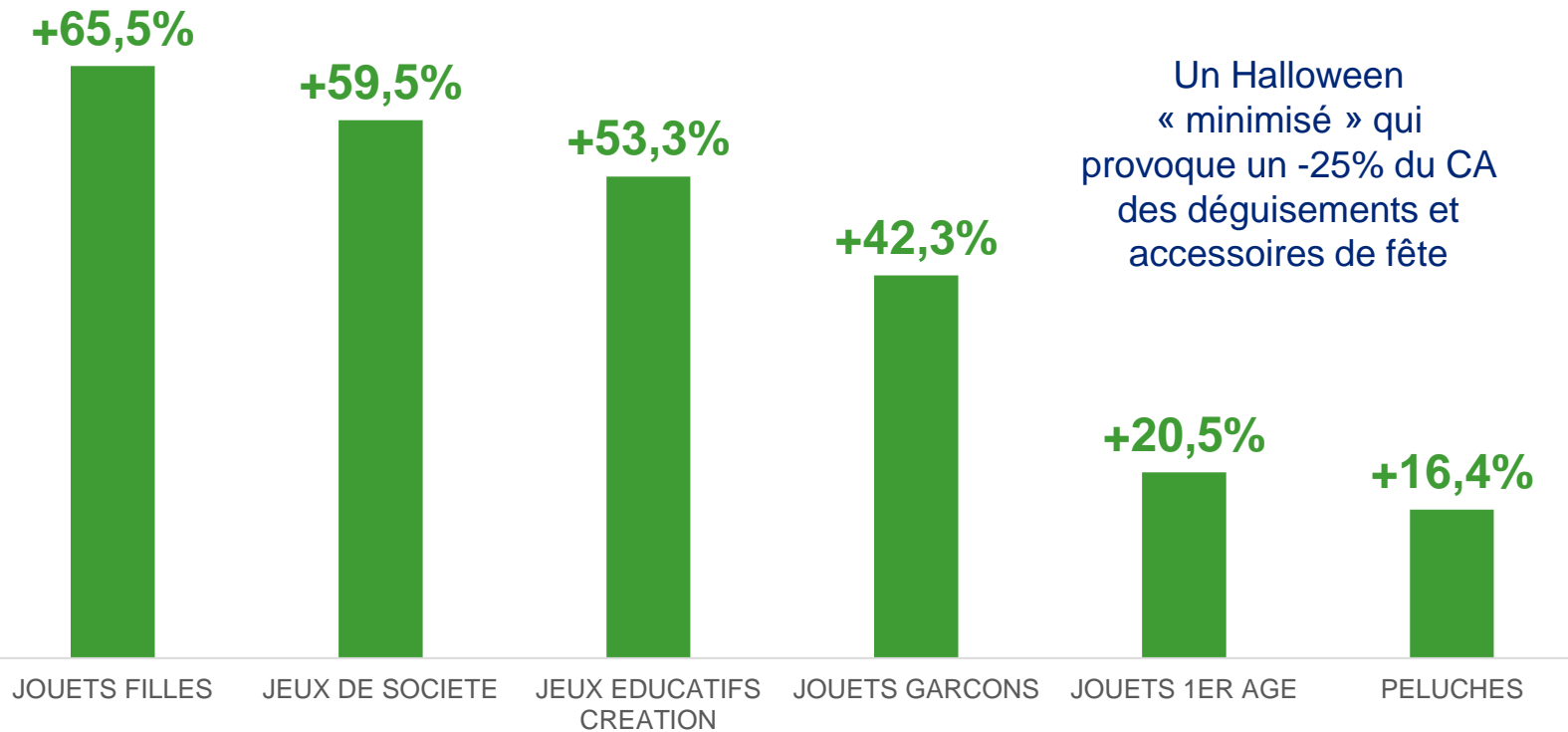


**IRi**

Growth delivered.

# LE SCAN DE L'INFO

Les jouets enfants connaissent de fortes croissances depuis début octobre mais les ventes s'accroissent sur la dernière semaine. La crainte de ruptures, l'anticipation de difficultés financières et bien sûr la perspective de ne plus pouvoir accéder aux produits de ces rayons ont poussé les Français à anticiper leurs achats de Noël.



Un Halloween « minimisé » qui provoque un -25% du CA des déguisements et accessoires de fête



Source : IRI Liquid Data – Concept HM+SM – Évol. CA vs a-1 (%) semaine du 26 octobre au 1<sup>er</sup> novembre vs même semaine en 2019

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 novembre 2020.