



IRi
Growth delivered.

LE SCAN DE L'INFO

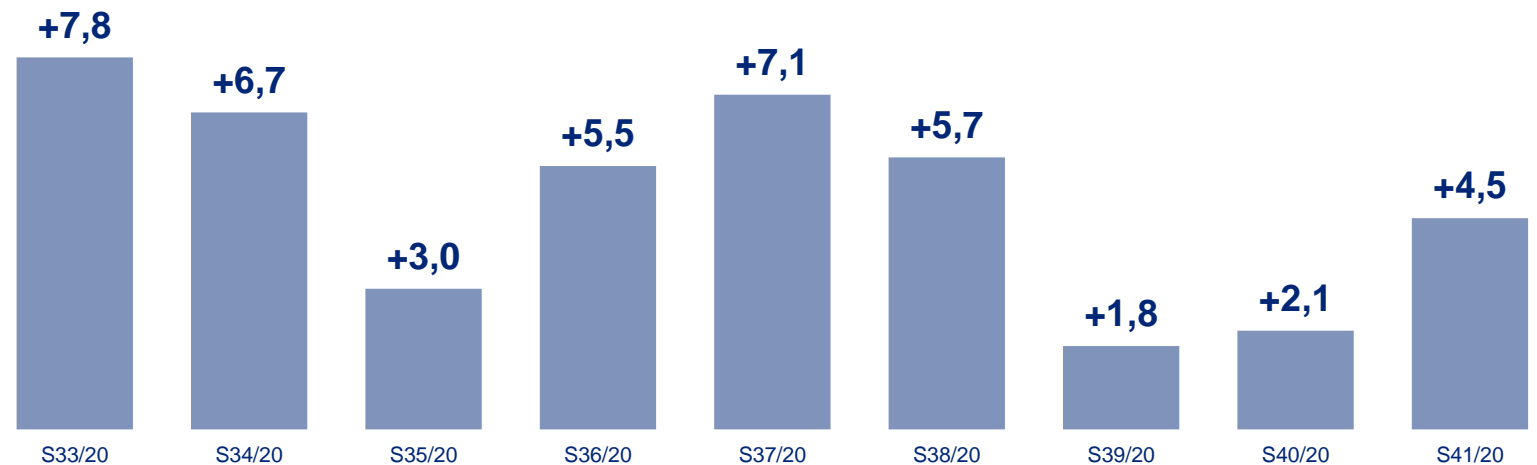


Nouvelle accélération de la croissance des PGC, à travers les rayons alimentaires (+5,7%).

Evolution des PGC FLS (%)

+4,5%

Semaine du 5 au 11 octobre
PGC FLS – Tous circuits GSA hors EDMP
Evol. CA vs a-1



← Du 10 août au 11 octobre 2020 →

Source : IRI Liquid Data, PGC FLS – Tous circuits GSA hors EDMP - Evol CA vs a-1 (%)

Retrouvez nos publications sur www.iriworldwide.com rubrique Insights → Publications.
Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication octobre 2020.





IRi
Growth delivered.

LE SCAN DE L'INFO



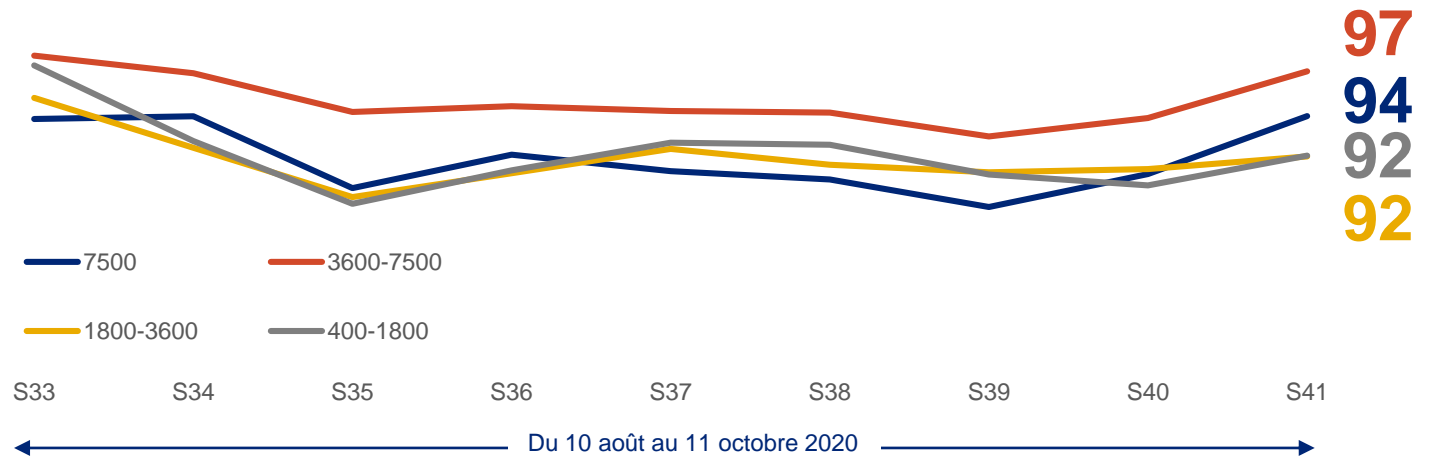
Remontée de la fréquentation des hypermarchés de taille intermédiaire, seulement à -3% la semaine dernière du niveau de 2019 ; l'évolution du trafic des plus grands magasins progresse également

Le panier moyen se maintient à **+9%** par rapport à l'année dernière.

97

Hypermarchés de 3600 à 7500m²
Trafic magasin - indice vs 2019
Semaine du 5 au 11 octobre

Trafic magasin – indice vs 2019



Source : baromètre trafic magasin IRI Géomarketing basé sur les données tickets de caisse des enseignes suivantes : Auchan supermarchés, Auchan, Carrefour, Colruyt, Carrefour Market, Casino, Leclerc, Leclerc Express, Cora, Géant, Casino, Hyper U, Super U, Marché U, U Express, Utile, Maximarché, Monoprix, Monop', Record, Match



IRi
Growth delivered.

LE SCAN DE L'INFO



En lien avec la reprise des visites, les enseignes d'hypermarchés rebondissent après 2 semaines de recul.

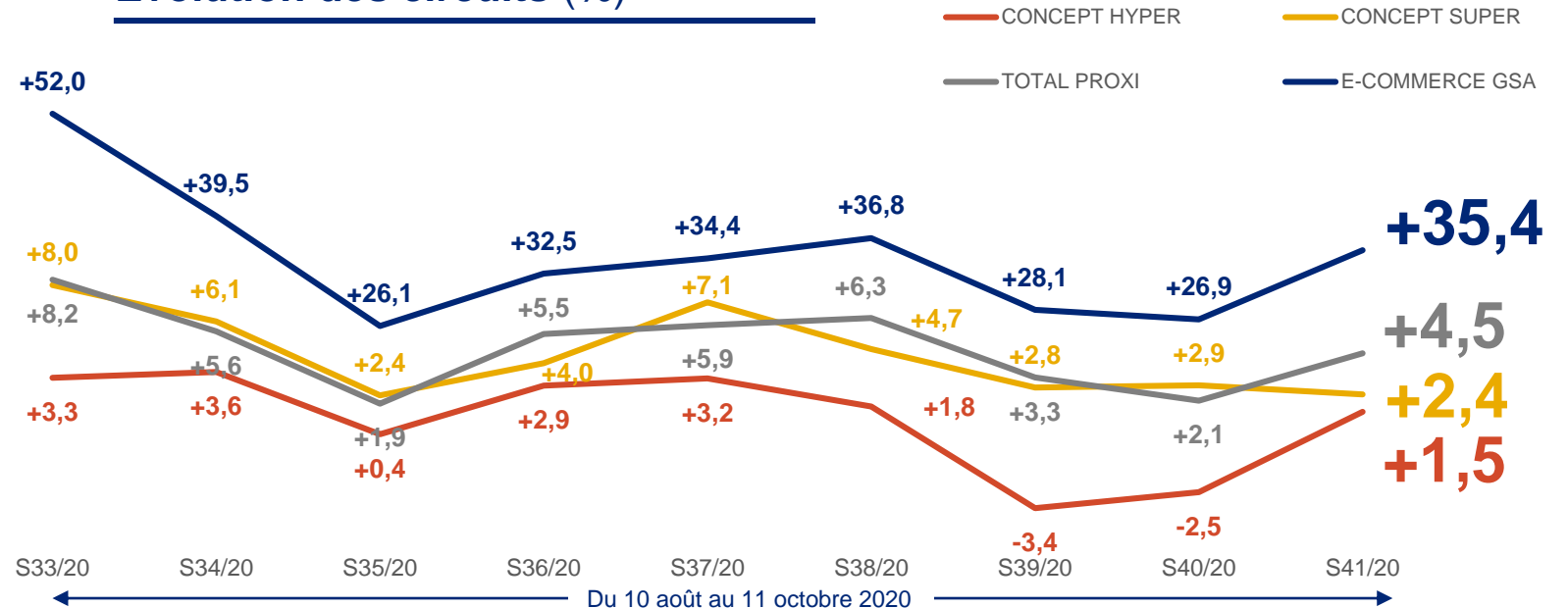
La croissance des ventes du E-Commerce et de la proximité se redresse aussi, alors que la tendance des supermarchés diminue légèrement.

+1,5%

Concept HM

Semaine du 5 au 11 octobre
PGC FLS – Evol. CA vs a-1

Evolution des circuits (%)



Source : IRI Liquid Data, PGC FLS –Evol CA vs a-1 (%)

Retrouvez nos publications sur www.iriworldwide.com rubrique Insights → Publications.
Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication octobre 2020.



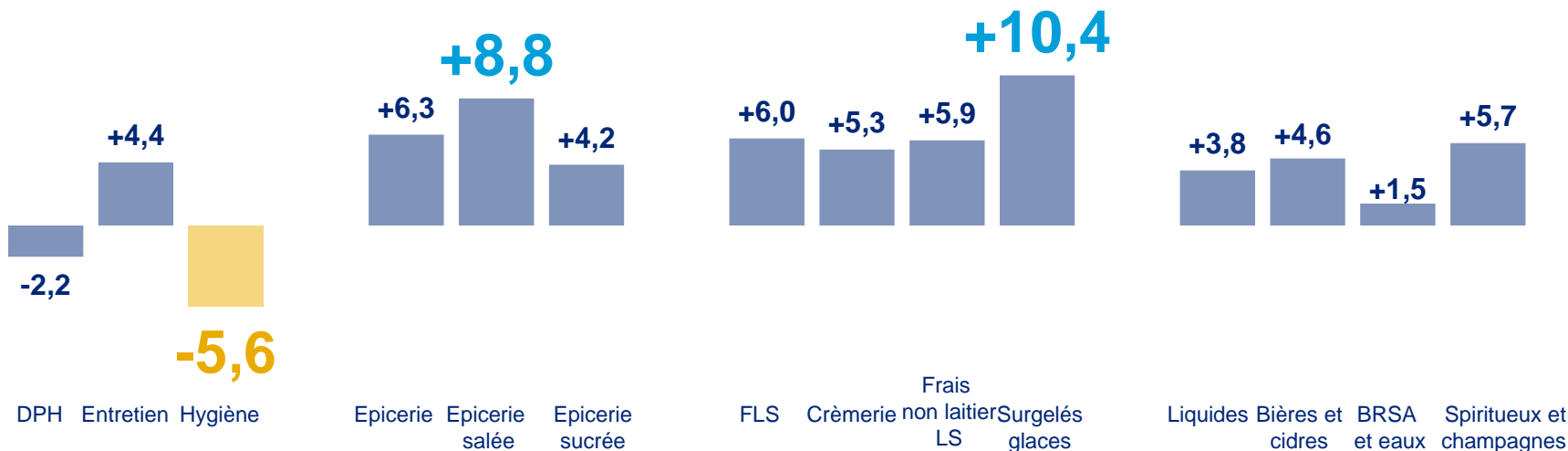


LE SCAN DE L'INFO

Le développement de l'épicerie salée et des surgelés salés (+11,7%) se renforce. Ces 2 rayons avaient connu les plus fortes hausses au printemps (+22% pour l'épicerie salée et +29% pour les surgelés salés entre le 24 février et le 10 mai 2020).

Le rayon hygiène est impacté par le décalage des opérations beauté dans certaines enseignes. Les catégories, déjà pénalisées par la réduction des interactions sociales, affichent de forts reculs, maquillage (-27%) et laques (-22%) entre autres.

Evolution des rayons (%)



TOP 5 catégories

PROD. & ACC. PARA (masques, gels,...)	+282,1
FROMAGES POIDS FIXE RAYON COUPE	+34,5
VERMOUTH	+34,3
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATO.	+33,4
DESSERTS PRETS A CONSOMMER	+32,6

FLOP 5 catégories

PRODUITS MOUSSANTS A RASER	-29,2
TOILETTE INTIME	-29,9
SOINS DU VISAGE	-30,5
TOILETTE DU VISAGE	-34,1
FOIES GRAS FRAIS	-39,4

Evol. CA vs a-1 (%) - Catégories CA > 500 K€

Source : IRI Liquid Data, Tous circuits GSA hors EDMP – Evol. CA vs a-1 (%) - Semaine du 5 au 11 octobre 2020