

Avant-propos

- Le mois de décembre 2017 a été exceptionnellement bon (résultats définitifs : +4 %).
Ce dynamisme inhabituel est lié à une très forte activité pendant la semaine précédant Noël.
A titre d'exemple et d'illustration, le CA a progressé de +15 % en HM+SM par rapport à la même semaine de 2016, soit un gain de 300 millions dans ces circuits.
Il faut principalement y voir un phénomène de calendrier (l'an passé, la semaine se terminait par le jour de Noël) mais aussi, sans doute, en raison d'un décalage des vacances scolaires.
- Nous subissons en janvier le contrecoup avec une première semaine de janvier en recul de plus de 10 % et une perte de CA de 170 millions dans les mêmes circuits.
Les magasins étaient fermés le lundi (jour de l'an) et les enfants étaient encore en vacances.
- Il conviendra dès lors de regarder les résultats de ce mois de janvier tronqué et d'examiner plutôt les résultats consolidés des 3 derniers mois (novembre = décembre + janvier) pour porter un diagnostic sur la situation actuelle des PGC en GSA.
Nos principaux commentaires se baseront donc sur cette période de 3 mois.

Synthèse PGC sur la période novembre/décembre/janvier

Même si cette vision sur ce trimestre est nettement plus positive que sur le seul mois de janvier, les résultats sont pour le moins assez médiocres :

- Les PGC affichent en effet un recul sensible des ventes volumes (-0,8 %).
Seules les boissons sans alcool et les bières sont en positif sur cet indicateur volume.
- L'augmentation de plus en plus soutenue des prix d'achat (+2,4 %) est notamment portée par celle des produits frais libre-service (+4 %). Elle permet un développement du CA des magasins.
On pourra noter que cette hausse des prix d'achat est particulièrement forte au sein des EDMP (+4,2 %).

Synthèse PGC en HM+SM sur la période novembre/décembre/janvier

- La hausse des prix est nettement plus contenue en HM+SM (+1,9 % sur le trimestre) et ce malgré le redémarrage de l'inflation (+0,5 %).
- Le taux de CA sous promo continue de baisser (-0,5 point) confirmant ainsi la rupture de tendance déjà observée au cours du trimestre précédent.
- Le phénomène le plus marquant reste toutefois, dans ces circuits, les changements en termes d'assortiment : après plusieurs années de hausse de l'offre en magasin qui se confirme aussi sur les 9 premiers mois de l'année, le nombre de références est désormais en baisse.
Dans les Hypers et les grands Supers, il ne s'agit encore que d'une baisse de rythme de croissance alors que la décroissance affecte les petits Supers.

Synthèse janvier 2018 : le CATP et les secteurs en HM+SM

- Aux contre-performances sur les PGC, tant sur la période que sur les 3 derniers mois, viennent se surajouter celles des autres grands secteurs.
- Le plus impacté à court terme est très clairement le textile. Sur janvier, la confection, les produits chaussants et la puériculture enregistrent une baisse à 2 chiffres.
- Les légumes, la crèmerie, et de manière plus structurelle la boucherie, sont responsables de la baisse d'activité sur les produits frais traditionnels.

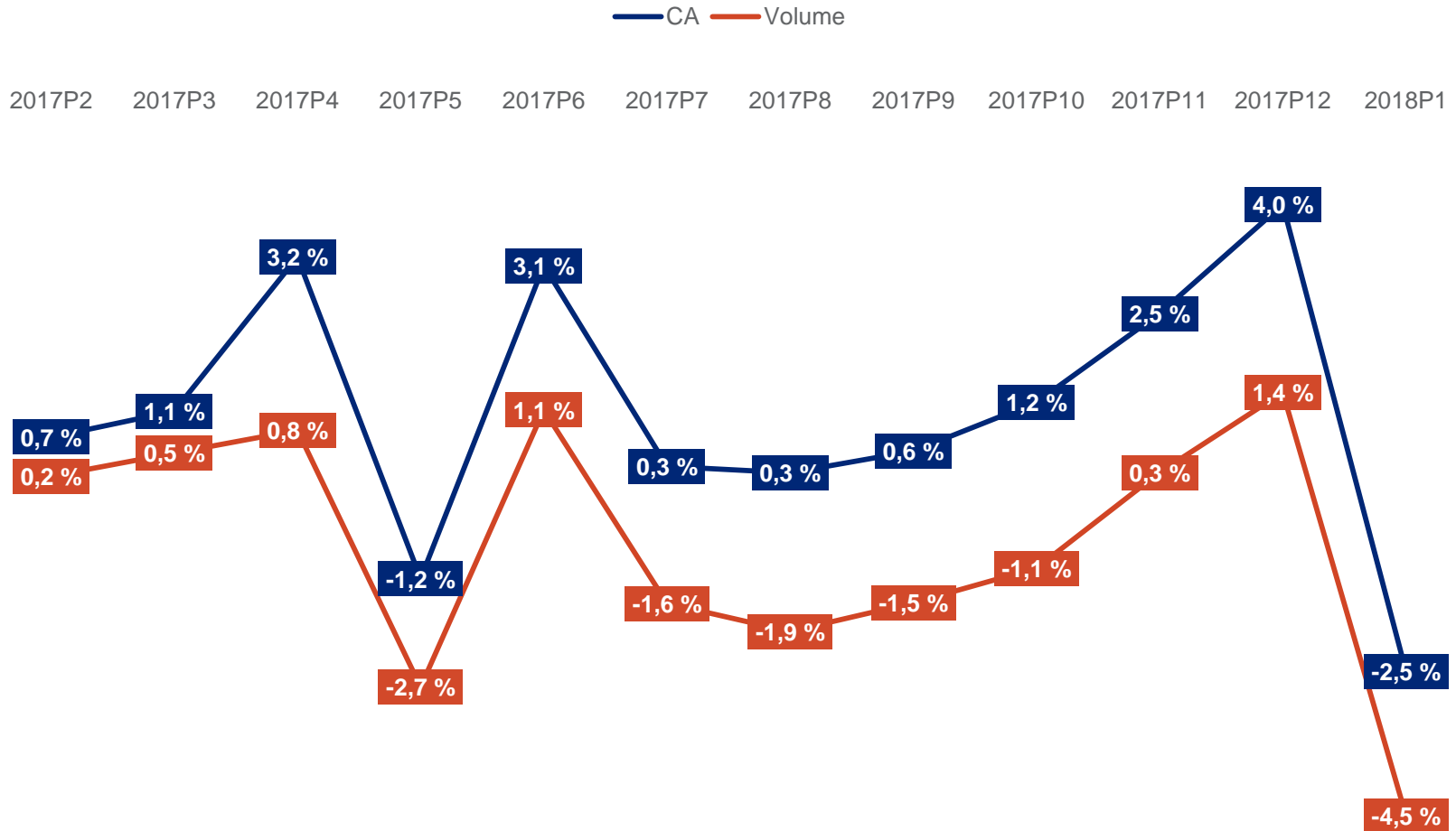
Les PGC tous circuits GSA

HM + SM + EDMP + Drive + Proxi

1

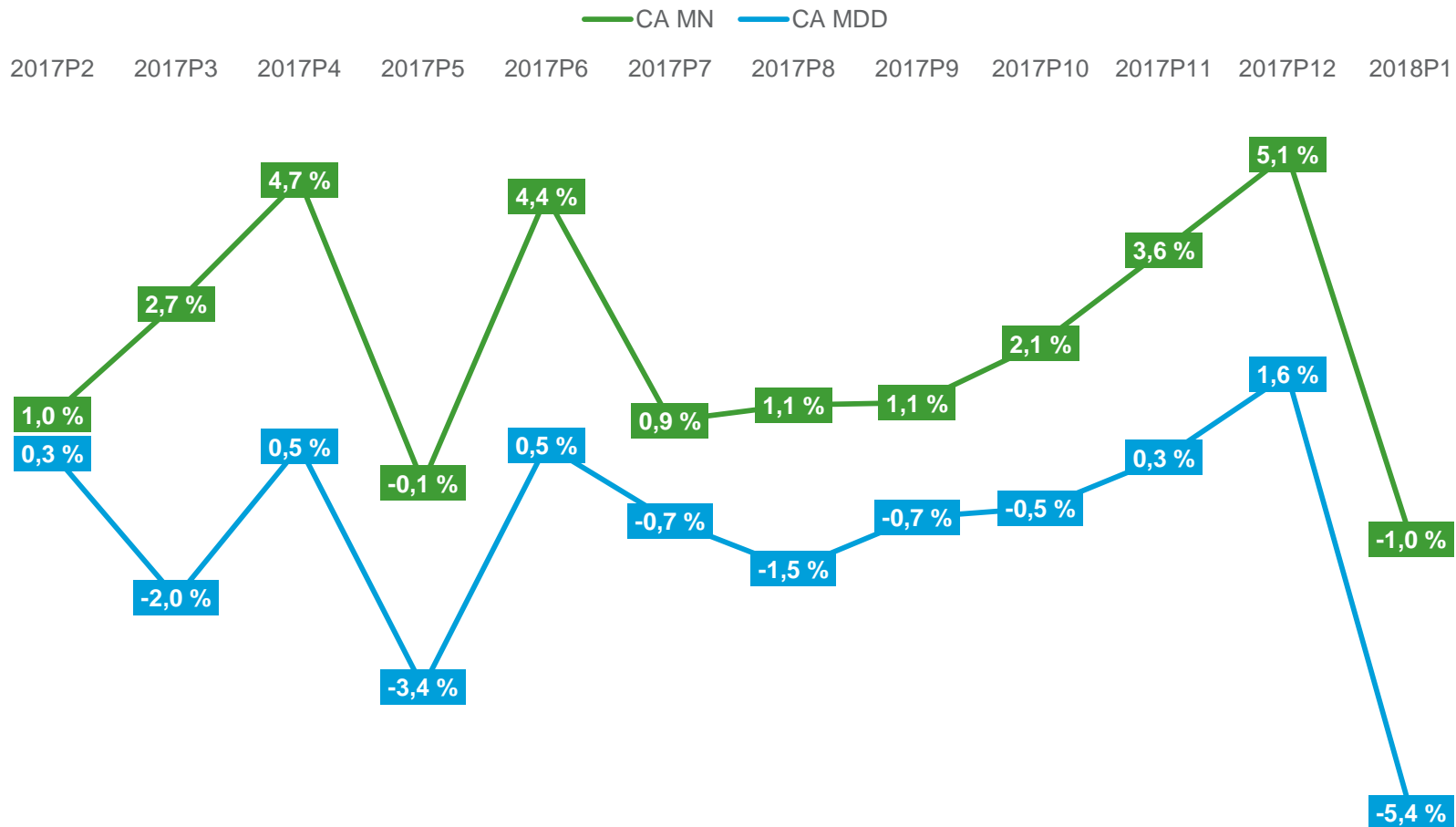
Evolution CA et volume en tous circuits GSA* InfoScan 3.0

Par période vs An-1



*HM + SM + EDMP + Drive + Proxi

Evolution CA par type de marques en tous circuits GSA* InfoScan 3.0. Par période vs An-1



*HM + SM + EDMP + Drive + Proxi

La situation des marchés PGC en tous circuits GSA* par rayon sur la période. *Evolution vs même période An-1*

P1 2018	CA	Volume	Prix d'achat	PDM MDD	Evol PDM MDD
INFOSCAN ALIMENTAIRE	-2,5 %	-4,5 %	2,0 %	32,9	-1,0
DPH	-2,7 %	-2,5 %	-0,3 %	26,2	-0,6
ENTRETIEN	0,9 %	-0,2 %	1,1 %	24,9	-1,5
HYGIENE	-4,7 %	-3,7 %	-1,0 %	27,0	-0,2
EPICERIE	-4,0 %	-5,7 %	1,7 %	28,5	-0,9
EPICERIE SALEE	-3,8 %	-6,1 %	2,3 %	32,3	-0,8
EPICERIE SUCREE	-4,1 %	-5,4 %	1,2 %	25,3	-0,9
LIQUIDES	-0,0 %	-1,6 %	1,6 %	21,1	-1,7
BRSA ET EAUX	1,0 %	0,1 %	0,9 %	27,2	-1,5
BIERES ET CIDRES	5,5 %	1,8 %	3,7 %	12,6	-1,9
ALCOOLS	-3,5 %	-4,9 %	1,4 %	18,2	-1,6
FLS POIDS FIXE	-2,2 %	-5,6 %	3,4 %	43,6	-1,0
SURGELES GLACES	-3,5 %	-6,1 %	2,6 %	53,3	-2,3
CREMERIE	-1,7 %	-5,7 %	4,0 %	39,7	-0,4
FRAIS NON LAITIERS LS	-2,4 %	-5,3 %	2,9 %	45,0	-1,1

*HM + SM + EDMP + Drive + Proxi

La situation des marchés PGC en tous circuits GSA* par rayon sur le dernier trimestre. *Evolution vs même période An-1*

Dernier trimestre	CA	Volume	Prix d'achat	PDM MDD	Evol PDM MDD
INFOSCAN ALIMENTAIRE	1,6 %	-0,8 %	2,4 %	32,5	-0,8
DPH	-0,8 %	-0,7 %	-0,1 %	26,4	-0,3
ENTRETIEN	1,1 %	0,6 %	0,6 %	25,7	-1,0
HYGIENE	-1,8 %	-1,4 %	-0,4 %	26,8	0,1
EPICERIE	1,2 %	-0,6 %	1,8 %	29,0	-0,7
EPICERIE SALEE	1,3 %	-0,9 %	2,1 %	33,2	-0,8
EPICERIE SUCREE	1,2 %	-0,3 %	1,5 %	25,5	-0,6
LIQUIDES	2,6 %	1,0 %	1,6 %	19,3	-1,3
BRSA ET EAUX	1,7 %	0,9 %	0,8 %	27,0	-0,9
BIERES ET CIDRES	8,7 %	4,4 %	4,2 %	11,4	-1,3
ALCOOLS	1,2 %	-0,1 %	1,3 %	15,8	-1,4
FLS POIDS FIXE	2,3 %	-1,6 %	4,0 %	43,0	-1,0
SURGELES GLACES	-0,9 %	-3,8 %	2,9 %	50,8	-1,8
CREMERIE	3,1 %	-1,2 %	4,2 %	40,5	-0,4
FRAIS NON LAITIERS LS	2,5 %	-1,4 %	4,0 %	43,2	-1,2

*HM + SM + EDMP + Drive + Proxi

La situation des marchés PGC en tous circuits GSA* par rayon sur le Cumul Annuel Mobile. *Evolution vs même période An-1*

CAM P1 2018	CA	Volume	Prix d'achat	PDM MDD	Evol PDM MDD
INFOSCAN ALIMENTAIRE	1,2 %	-0,6 %	1,8 %	32,8	-0,7
DPH	-1,4 %	-1,3 %	-0,1 %	25,9	-0,2
ENTRETIEN	-0,5 %	-0,5 %	0,0 %	26,3	-0,7
HYGIENE	-1,9 %	-1,7 %	-0,2 %	25,7	0,0
EPICERIE	1,1 %	-0,6 %	1,7 %	29,7	-0,6
EPICERIE SALEE	1,0 %	-0,7 %	1,7 %	33,9	-0,7
EPICERIE SUCREE	1,2 %	-0,4 %	1,6 %	26,1	-0,5
LIQUIDES	2,3 %	0,5 %	1,8 %	20,2	-0,9
BRSA ET EAUX	2,0 %	0,8 %	1,2 %	27,2	-0,5
BIERES ET CIDRES	7,7 %	3,5 %	4,3 %	10,7	-1,4
ALCOOLS	0,1 %	-1,0 %	1,1 %	17,6	-1,0
FLS POIDS FIXE	1,8 %	-0,8 %	2,7 %	43,6	-0,9
SURGELES GLACES	-1,1 %	-4,2 %	3,1 %	48,7	-2,1
CREMERIE	1,6 %	-0,9 %	2,5 %	40,8	-0,5
FRAIS NON LAITIERS LS	2,9 %	0,2 %	2,7 %	44,9	-1,0

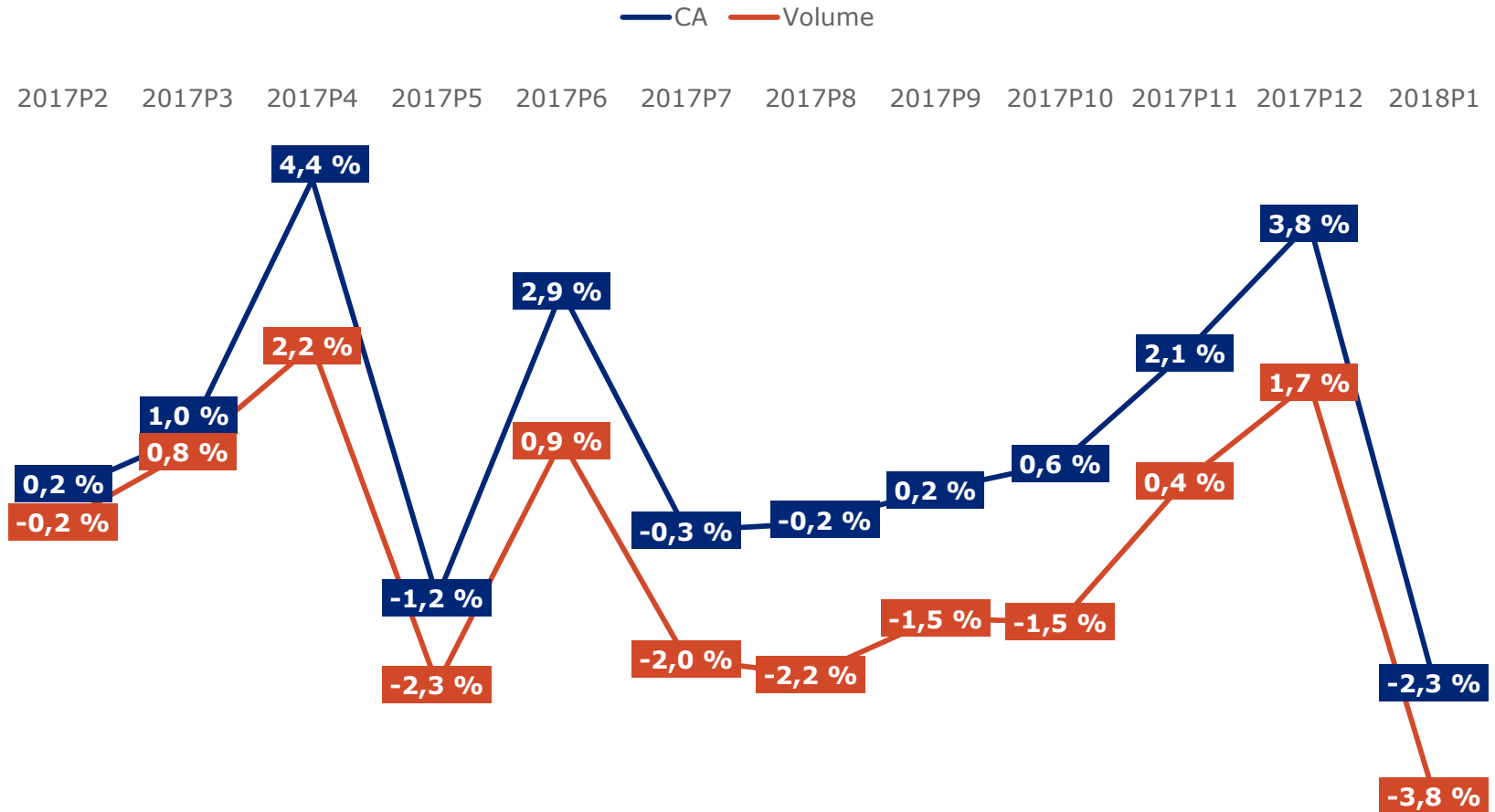
*HM + SM + EDMP + Drive + Proxi

Conjoncture HM + SM PGC et autres secteurs

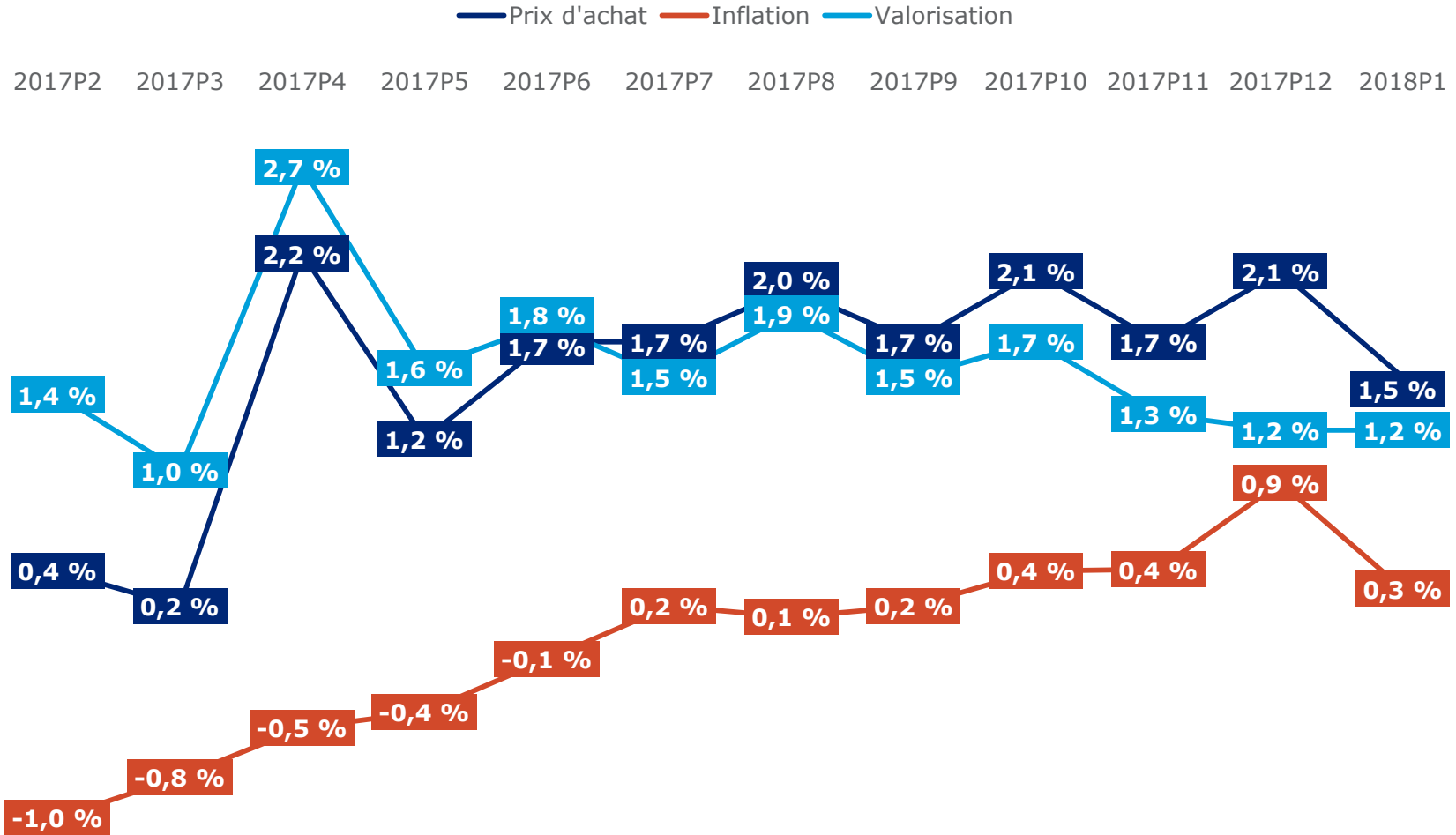
2

Historique mensuel PGC en HM+SM : volume, valeur.

Evolution par période vs An-1



Historique mensuel des prix d'achat, de l'inflation* et de la « valorisation » en HM+SM. *Evolution par période vs An-1*

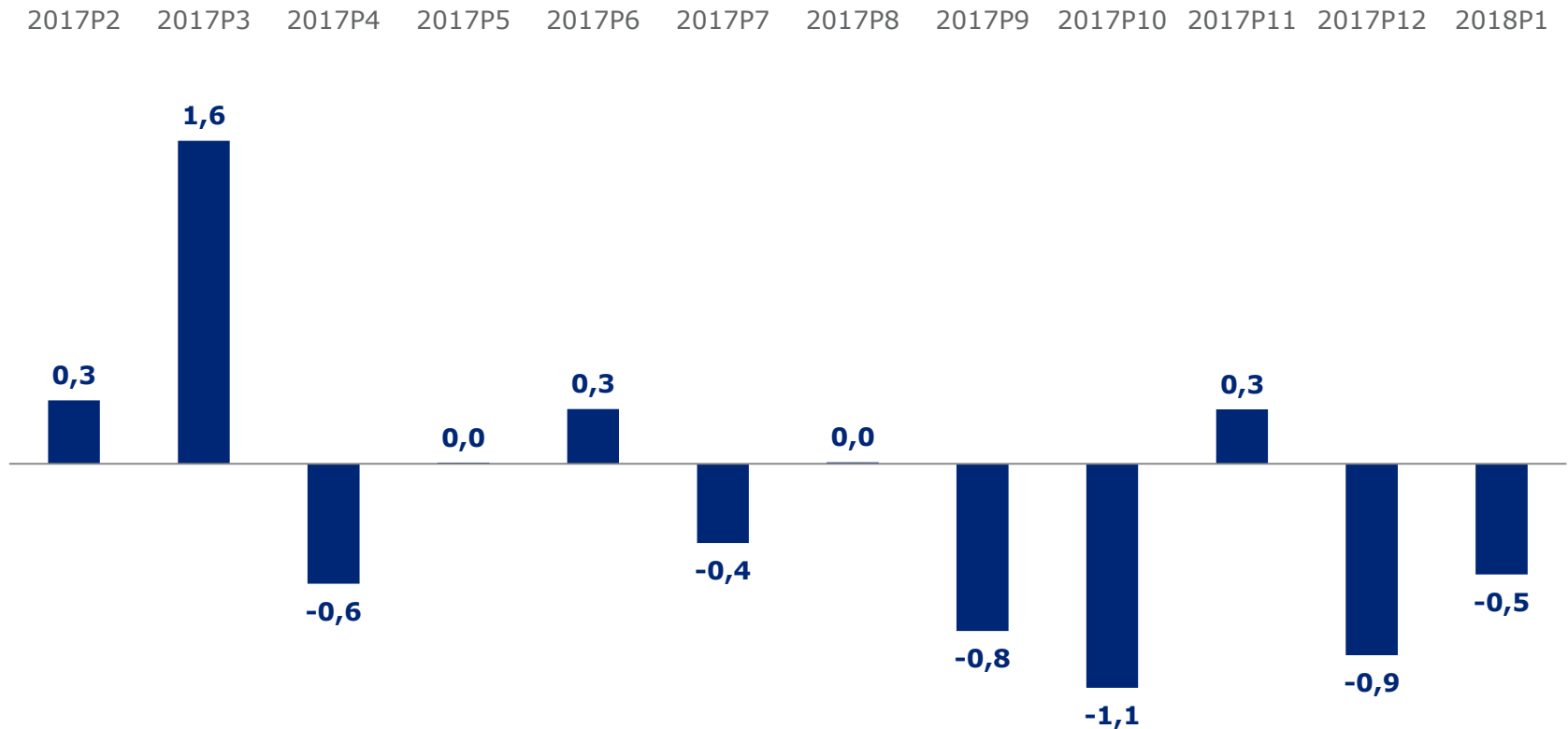


*Evolution des prix de vente des références constantes par rapport à la même période de l'année précédente, pondéré par le CA

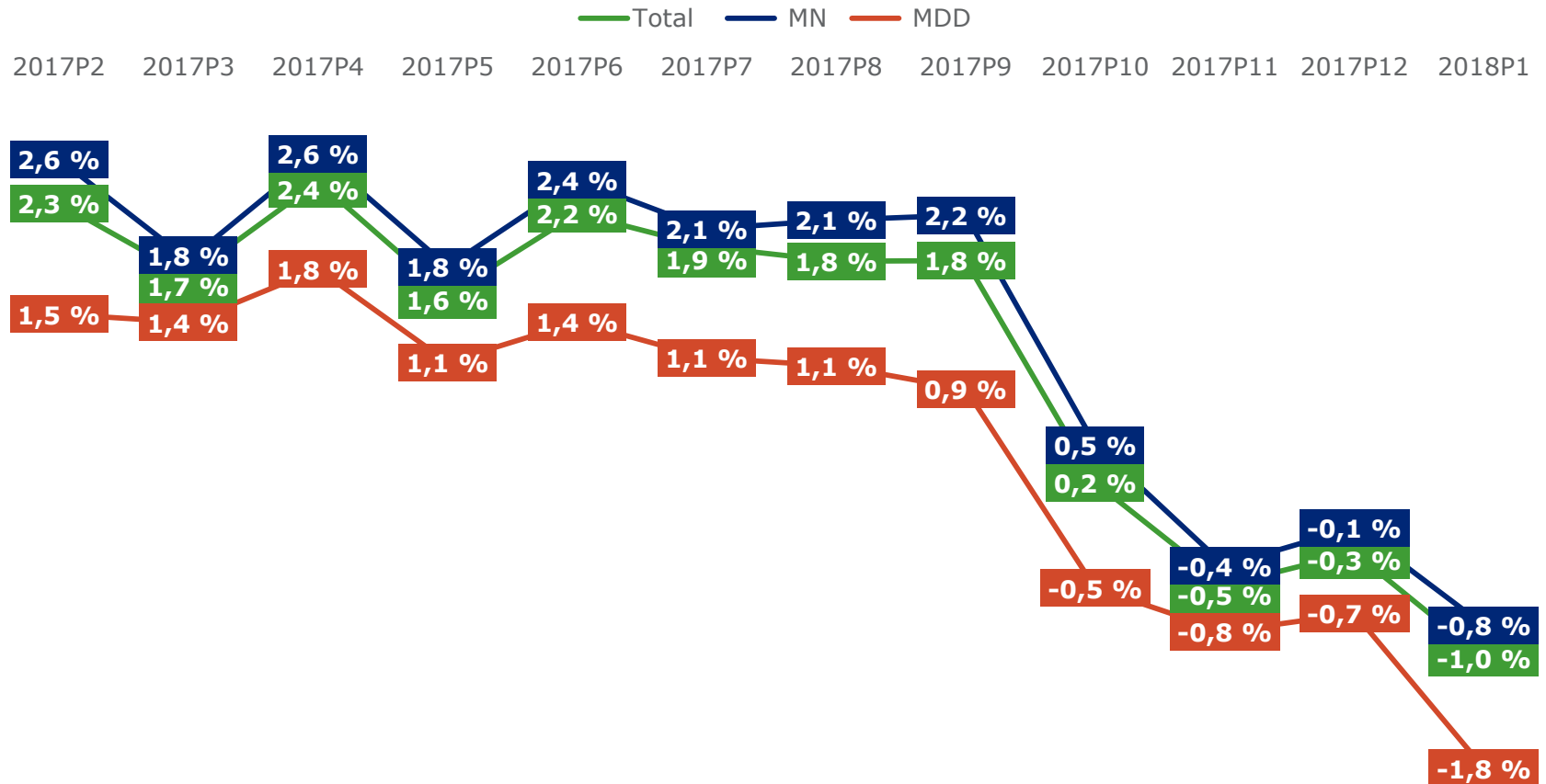
Evolution mensuelle de l'activité promotionnelle en HM+SM (taux CA sous promotion lourde). *Par période vs An-1*

% CA sous promo en P1

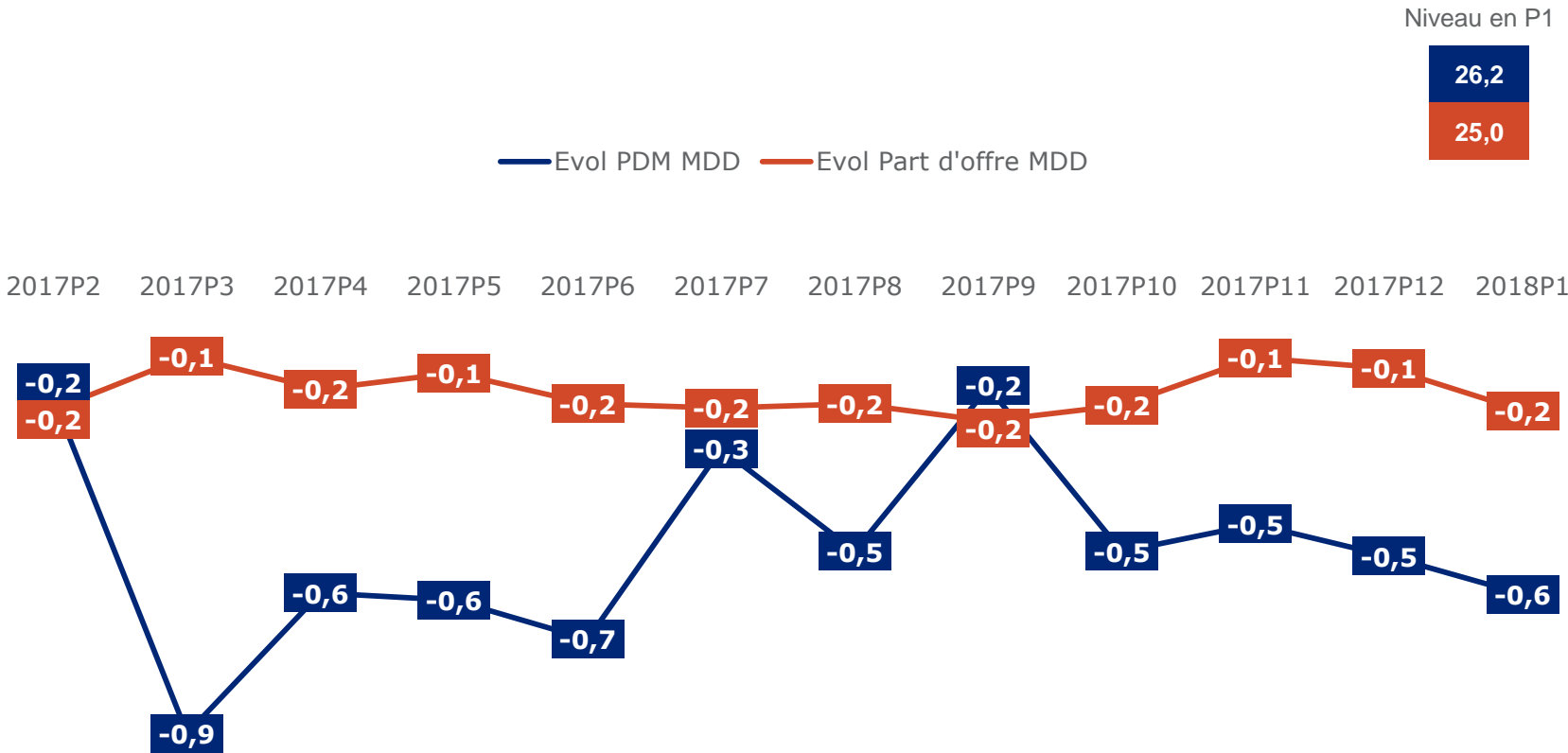
14,6



Evolution mensuelle de l'assortiment par type de marques en HM+SM. *Par période vs An-1*



Evolution de la part de marché et de la part d'offre des MDD en HM+SM. Par période vs An-1



Evolution des rayons en HM+SM sur le mois

Vs même période An-1

P1 2018	CA	Volume	Prix d'achat	Inflation	PDM MDD	Evol PDM MDD	Part d'offre	Evol Part d'offre MDD
INFOSCAN ALIMENTAIRE	-2,3 %	-3,8 %	1,5 %	0,3 %	26,2	-0,6	25,0	-0,2
DPH	-2,7 %	-2,2 %	-0,5 %	-1,3 %	21,0	-0,3	17,5	-0,2
ENTRETIEN	0,9 %	-0,5 %	1,4 %	-1,6 %	19,9	-1,1	23,3	-0,5
HYGIENE	-4,6 %	-2,9 %	-1,6 %	-1,1 %	21,7	0,2	15,1	-0,1
EPICERIE	-3,9 %	-5,1 %	1,2 %	-0,1 %	22,2	-0,4	24,9	-0,1
EPICERIE SALEE	-4,2 %	-5,9 %	1,7 %	-0,2 %	25,9	-0,5	25,9	-0,2
EPICERIE SUCREE	-3,7 %	-4,4 %	0,7 %	-0,1 %	19,0	-0,4	23,7	-0,1
LIQUIDES	0,8 %	0,0 %	0,7 %	-0,3 %	15,9	-0,9	22,4	-0,4
BRSA ET EAUX	0,7 %	0,3 %	0,4 %	-0,5 %	21,7	-1,0	29,2	-0,1
BIERES ET CIDRES	8,4 %	6,2 %	2,2 %	-0,1 %	8,1	-0,6	10,5	-0,8
ALCOOLS	-2,2 %	-2,7 %	0,4 %	-0,1 %	13,5	-0,7	19,0	-0,1
FLS POIDS FIXE	-2,0 %	-5,0 %	3,0 %	1,3 %	36,0	-0,7	33,9	-0,4
SURGELES GLACES	-4,2 %	-6,4 %	2,2 %	0,4 %	44,2	-2,2	44,3	-0,9
CREMERIE	-1,5 %	-4,9 %	3,5 %	2,2 %	33,2	-0,3	29,0	-0,4
FRAIS NON LAITIERS LS	-2,1 %	-4,7 %	2,7 %	0,6 %	36,9	-0,8	34,8	-0,4

*Evolution des prix de vente des références constantes par rapport à la même période de l'année précédente, pondéré par le CA

Evolution des rayons en HM+SM sur le dernier trimestre

Vs même période An-1

Dernier trimestre	CA	Volume	Prix d'achat	Inflation	PDM MDD	Evol PDM MDD	Part d'offre	Evol Part d'offre MDD
INFOSCAN ALIMENTAIRE	1,5 %	-0,4 %	1,9 %	0,5 %	26,2	-0,5	24,8	-0,1
DPH	-0,9 %	-0,4 %	-0,5 %	-1,0 %	21,5	0,0	17,5	-0,1
ENTRETIEN	1,1 %	0,8 %	0,3 %	-1,2 %	21,2	-0,6	23,5	-0,3
HYGIENE	-2,0 %	-1,0 %	-1,0 %	-0,9 %	21,7	0,3	15,0	-0,0
EPICERIE	1,1 %	-0,2 %	1,3 %	0,0 %	22,8	-0,3	24,7	-0,1
EPICERIE SALEE	1,0 %	-0,6 %	1,6 %	0,0 %	27,0	-0,5	25,8	-0,2
EPICERIE SUCREE	1,1 %	0,1 %	1,1 %	0,0 %	19,1	-0,2	23,5	0,1
LIQUIDES	2,8 %	1,6 %	1,2 %	-0,2 %	14,5	-0,7	21,9	-0,3
BRSA ET EAUX	1,3 %	0,9 %	0,4 %	-0,4 %	21,9	-0,5	29,0	0,1
BIERES ET CIDRES	10,1 %	6,8 %	3,3 %	0,1 %	7,0	-0,6	10,2	-0,9
ALCOOLS	1,6 %	0,6 %	1,0 %	-0,1 %	11,6	-0,8	18,1	-0,1
FLS POIDS FIXE	2,2 %	-1,3 %	3,6 %	1,7 %	35,6	-0,9	33,5	-0,4
SURGELES GLACES	-1,5 %	-4,2 %	2,7 %	0,4 %	42,0	-1,8	43,1	-0,7
CREMERIE	3,0 %	-0,7 %	3,7 %	2,3 %	34,2	-0,4	28,9	-0,3
FRAIS NON LAITIERS LS	2,5 %	-1,2 %	3,6 %	1,3 %	35,4	-1,0	34,0	-0,4

*Moyenne des inflations mensuelles depuis le début de l'année

Evolution des rayons en HM+SM sur le Cumul Annuel Mobile

Vs même période An-1

CAM P1 2018	CA	Volume	Prix d'achat	Inflation	PDM MDD	Evol PDM MDD	Part d'offre	Evol Part d'offre MDD
INFOSCAN ALIMENTAIRE	1,0 %	-0,5 %	1,5 %	-0,0 %	26,3	-0,5	24,8	-0,2
DPH	-1,8 %	-1,4 %	-0,4 %	-1,1 %	21,0	0,1	17,2	-0,1
ENTRETIEN	-0,8 %	-0,6 %	-0,2 %	-1,4 %	21,5	-0,4	23,2	-0,3
HYGIENE	-2,2 %	-1,8 %	-0,4 %	-1,0 %	20,7	0,3	14,8	0,0
EPICERIE	0,9 %	-0,4 %	1,3 %	-0,4 %	23,3	-0,3	24,8	-0,1
EPICERIE SALEE	0,8 %	-0,6 %	1,4 %	-0,3 %	27,5	-0,4	25,8	-0,0
EPICERIE SUCREE	1,1 %	-0,2 %	1,3 %	-0,4 %	19,7	-0,2	23,6	-0,1
LIQUIDES	2,5 %	1,2 %	1,3 %	-0,3 %	15,2	-0,5	22,2	-0,3
BRSA ET EAUX	1,7 %	1,0 %	0,7 %	-0,5 %	21,8	-0,2	28,9	0,0
BIERES ET CIDRES	8,9 %	5,8 %	3,1 %	-0,3 %	6,1	-0,6	10,4	-0,7
ALCOOLS	0,4 %	-0,5 %	0,9 %	0,0 %	13,0	-0,6	18,8	-0,1
FLS POIDS FIXE	1,6 %	-1,0 %	2,6 %	0,7 %	36,3	-1,0	33,8	-0,6
SURGELES GLACES	-1,1 %	-4,6 %	3,5 %	0,1 %	40,3	-1,8	43,1	-0,8
CREMERIE	1,7 %	-0,7 %	2,4 %	0,9 %	34,5	-0,5	28,8	-0,5
FRAIS NON LAITIERS LS	2,3 %	-0,3 %	2,6 %	0,7 %	36,9	-1,2	34,7	-0,6

*Moyenne des inflations mensuelles sur les 12 derniers mois

Evolution du CATP par grands secteurs au cours du dernier mois, sur le dernier trimestre et le Cumul Annuel Mobile (CAM)

Vs mêmes périodes An-1

	P1 2018	Dernier trimestre	CAM
TOTAL CATP	-3,2 %	0,8 %	0,4 %
Total PGC	-2,1 %	1,5 %	1,0 %
Dont InfoScan	-2,3 %	1,5 %	1,0 %
Dont vins tranquilles	-3,0 %	0,5 %	0,9 %
Produits poids variables	-5,3 %	-0,2 %	0,2 %
Total Non Alimentaire	-5,0 %	-0,4 %	-2,0 %
Total textile - Maroquinerie	-10,2 %	-2,9 %	-2,9 %
Total Bazar + EPCS	-2,5 %	0,4 %	-1,7 %

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.

Retrouvez-nous sur www.IRIworldwide.com

Pour toute question, veuillez contacter votre consultant habituel ou Pascale Mérida - Pascale.Merida@iriworldwide.com

IRI France

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



IRi
Growth delivered.