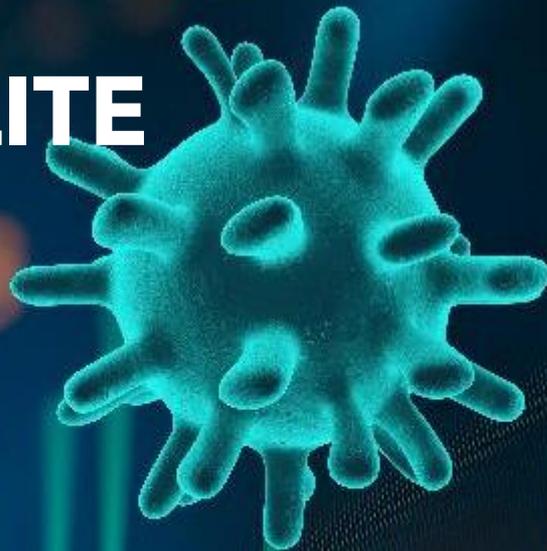


IRI VISION ACTUALITE

Déconfinement



Données arrêtées au 17 mai 2020

INSIGHT & COMMUNICATION
IRI FRANCE

A retenir

Les restrictions de déplacements sont levées et les commerces peuvent ouvrir, à l'exception notable des bars et restaurants qui proposent néanmoins des offres de ventes à emporter ou s'associent à des services de livraison à domicile. Cependant, les élèves qui ont rejoint leur établissement sont encore très minoritaires, les télétravailleurs poursuivent à la maison et les retrouvailles ont lieu à domicile, chez soi ou chez des proches : le déconfinement progressif n'entraîne pas, en 1^{ère} semaine, de bouleversement du niveau de croissance en GSA des PGC alimentaires qui restent très dynamiques (+12%), ni des PGC (+10%) ou des PFT (+11%).

Malgré les limites toujours existantes, la volonté des Français de fêter des retrouvailles est clairement visible dans les achats de la semaine dernière : les produits liés à la convivialité sont en forte hausse : **+17%** vs -2% pendant le confinement, à travers des catégories festives comme les spiritueux et champagnes (+21% vs -11%) ou les produits apéritifs (+21% vs 0%). Les habitudes prises au cours de la phase précédente de la crise n'ont pas (encore ?) été oubliées : les produits « de base » pour cuisiner ou répondant aux préoccupations hygiénistes sont encore en fort développement même si leur rythme de progression se tasse.



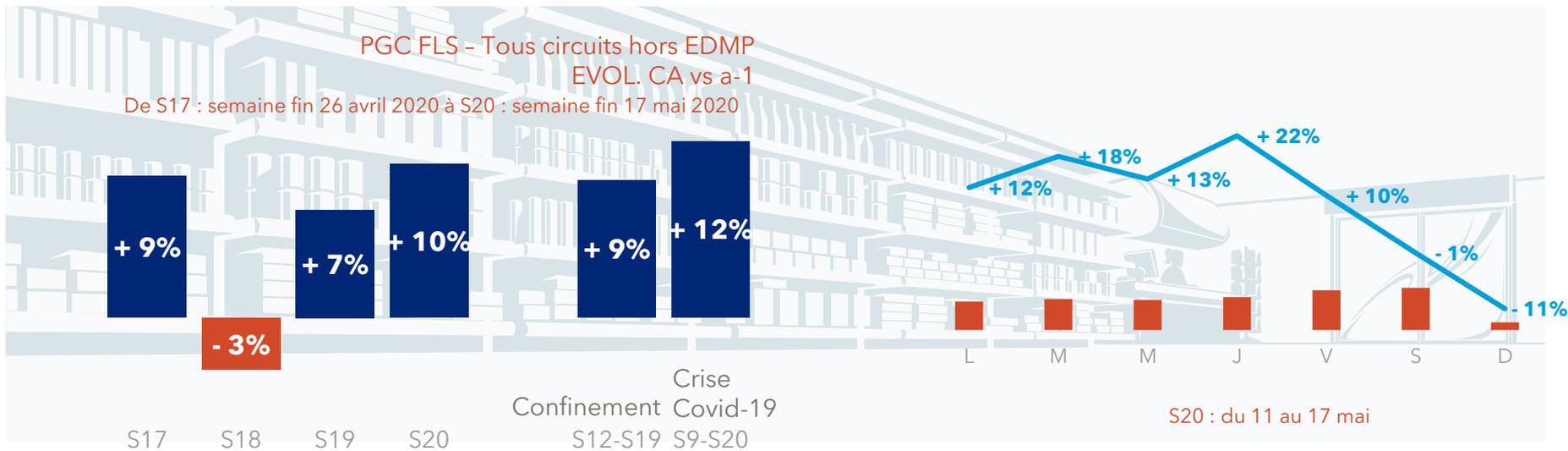
La plus forte rupture de tendance vient de la fréquentation des magasins : les shoppers retournent en points de vente, y compris dans les grands hypers. Au global, le circuit renoue avec la croissance + **4%** (vs -3% pendant le confinement). Les magasins des GSA situés dans les centres commerciaux de plus de 40 000m² restent quant à eux mal orientés la semaine dernière (-6%) mais dans des proportions bien moins importantes que pendant les restrictions de déplacements (-18%).

Mais les Français déconfinés et de plus en plus souvent masqués restent prudents, voire inquiets et la formidable dynamique du E-Commerce, marqueur fort de la phase de confinement, persiste (+70%).



PGC-FLS

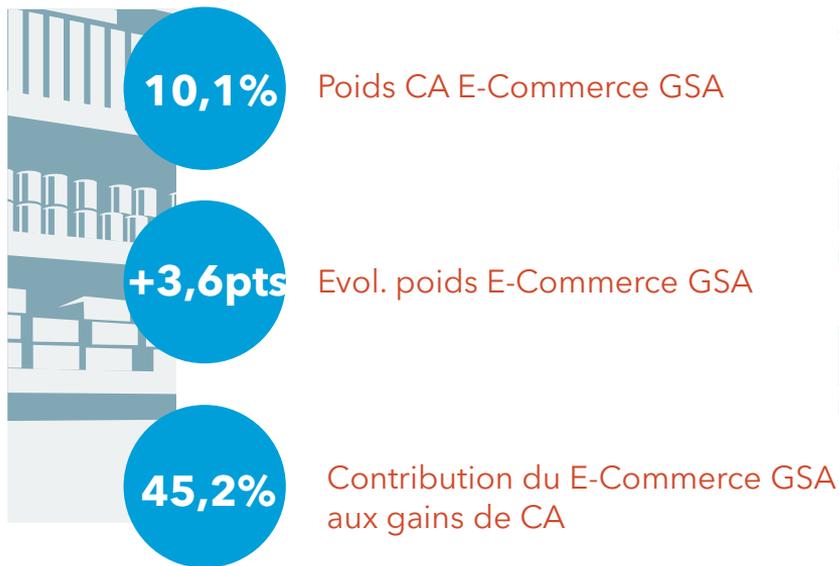
Lors de la 1^{ère} semaine de déconfinement, la croissance des PGC reste soutenue.



Rappel Evol. CA semaines 2019

-3,6% +2,2% +2,6% -2,8% +1,5% +1,2%

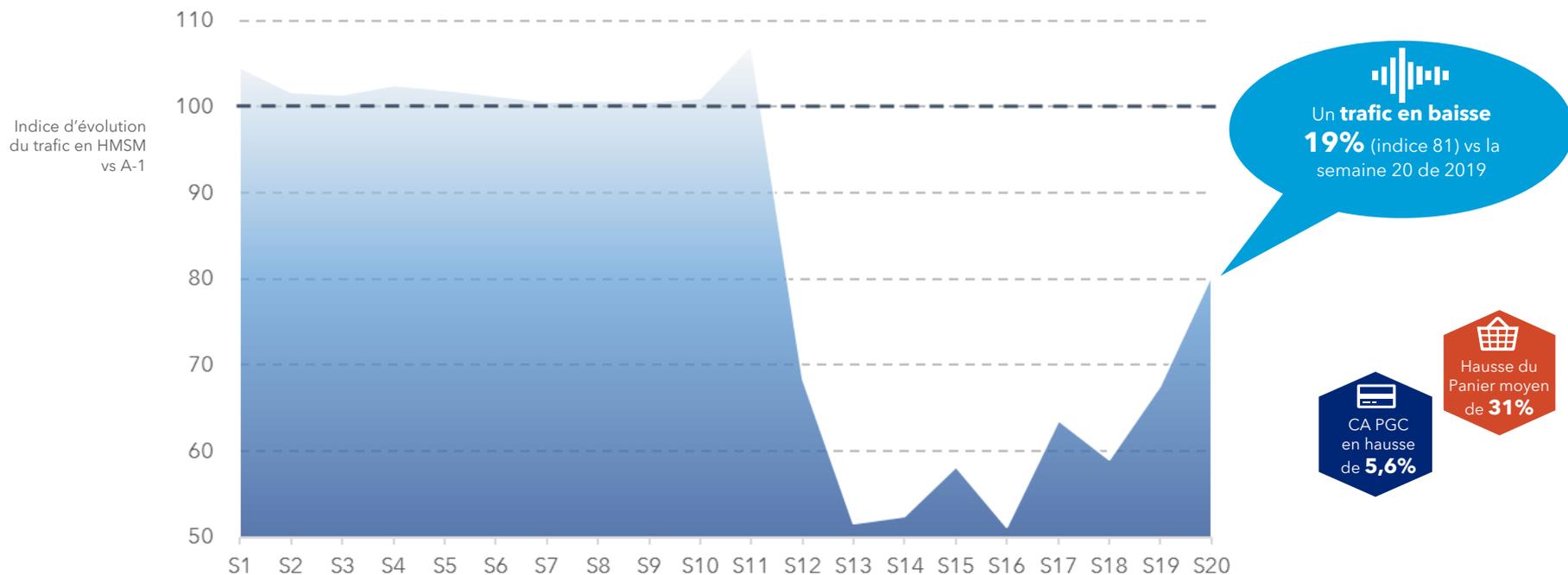
Les hypers renouent avec la croissance et le E-Commerce conserve un rythme extrêmement dynamique.



Semaine du 11 au 17 mai 2020

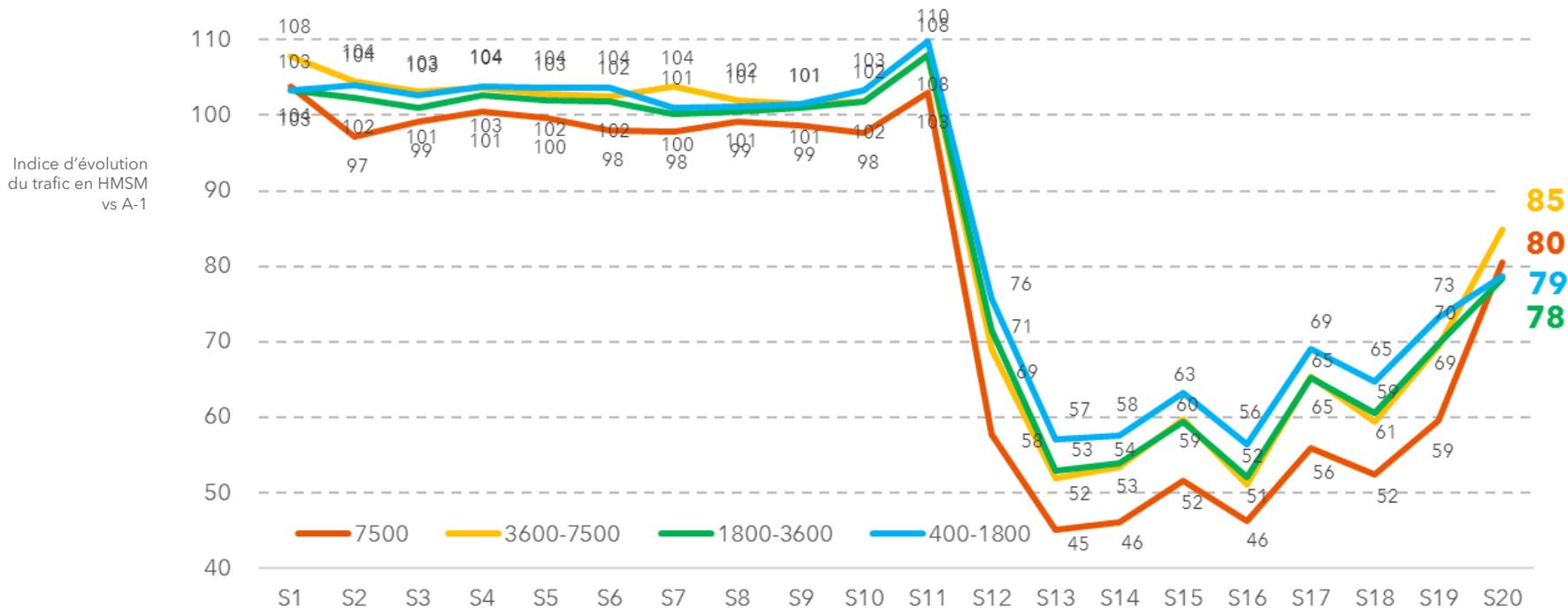


Retour marqué des shoppers en magasin.



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

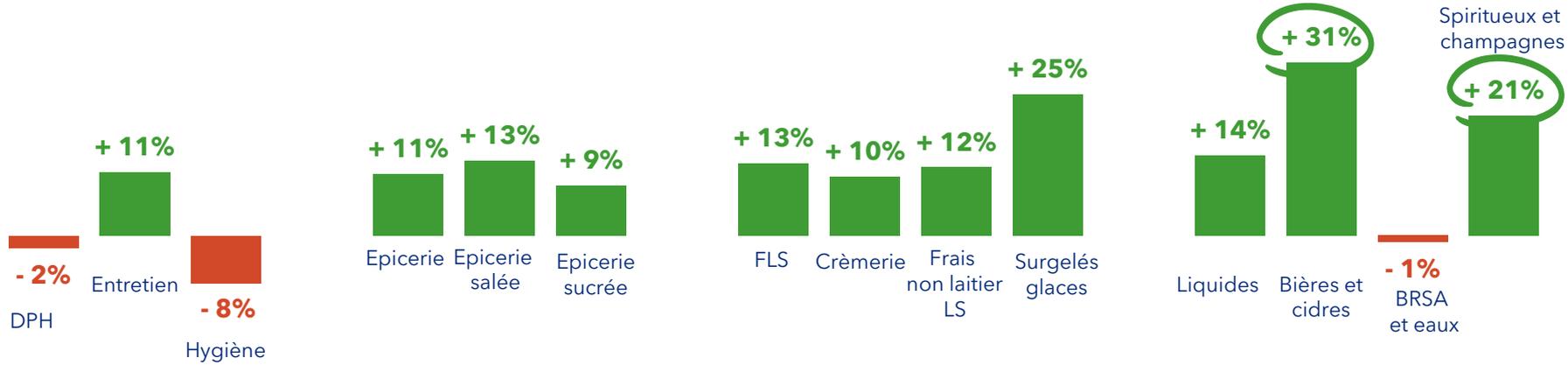
Délaissés pendant le confinement, les grands hypermarchés connaissent une impressionnante reprise de leur trafic.



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

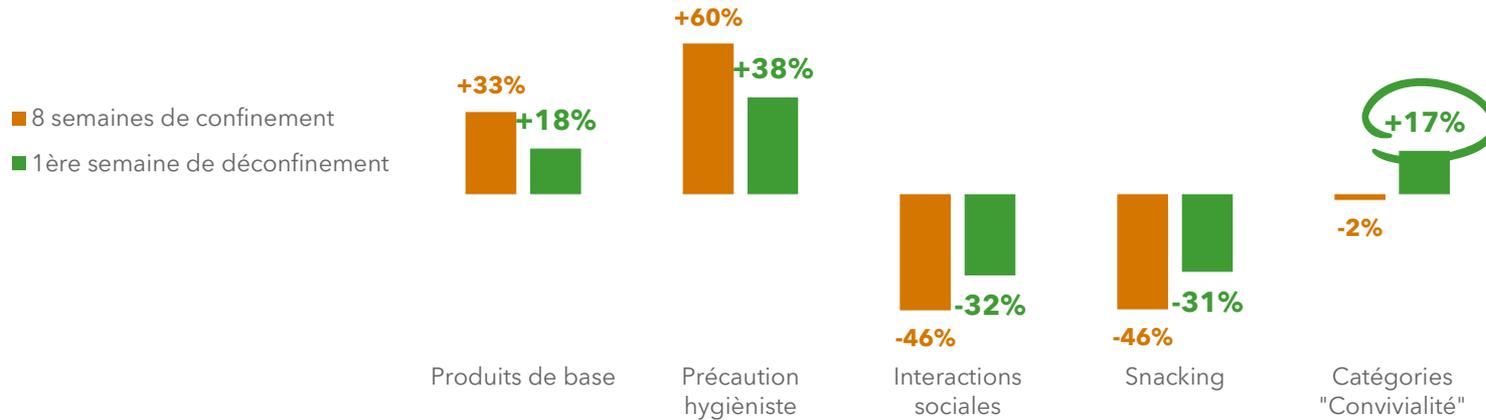
Les retrouvailles sont enfin permises : boom des boissons alcoolisées.

Tous circuits hors EDMP
Evol. CA vs a-1, semaine du 17 mai 2020



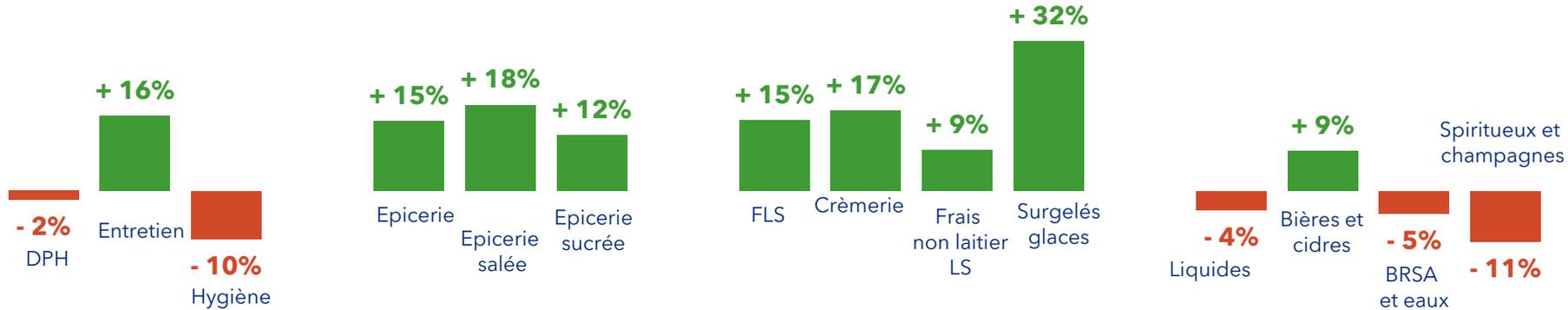
Les Français retrouvent le plaisir de la convivialité.

Tous circuits hors EDMP
Evol. CA vs a-1, semaine du 17 mai 2020



Rappel : surgelés-glaces, épicerie salée et crèmerie, trio de tête de la période du confinement.

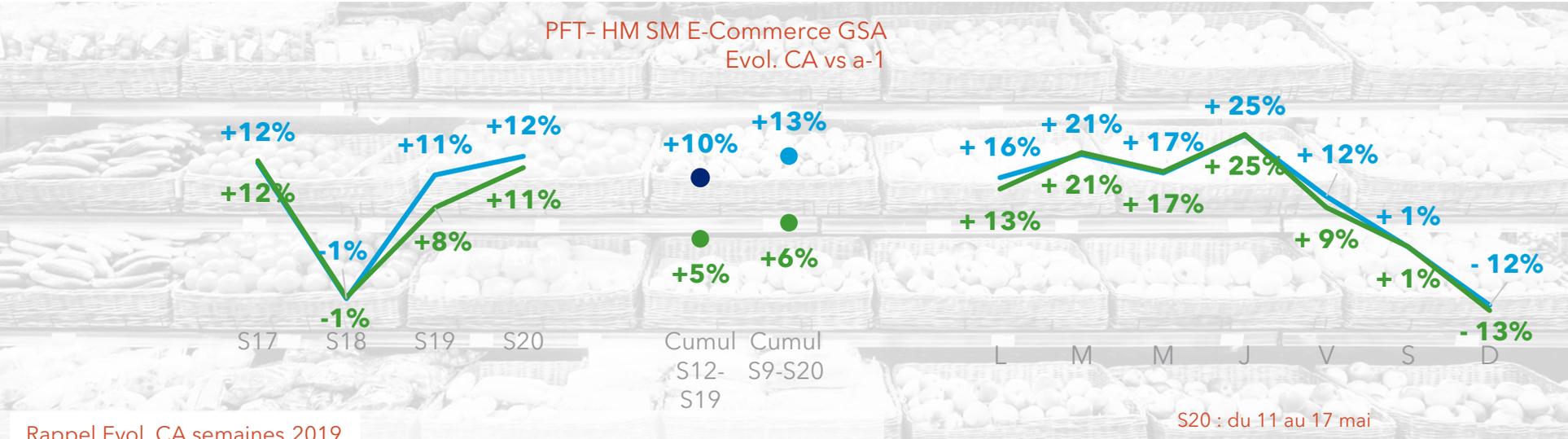
Tous circuits hors EDMP
Evol. CA vs a-1, cumul du 16 mars au 10 mai 2020





Produits Frais Traditionnels

Les changements du 11 mai ont peu d'impact sur le nombre de repas pris à domicile : les produits alimentaires progressent toujours nettement par rapport à 2019.

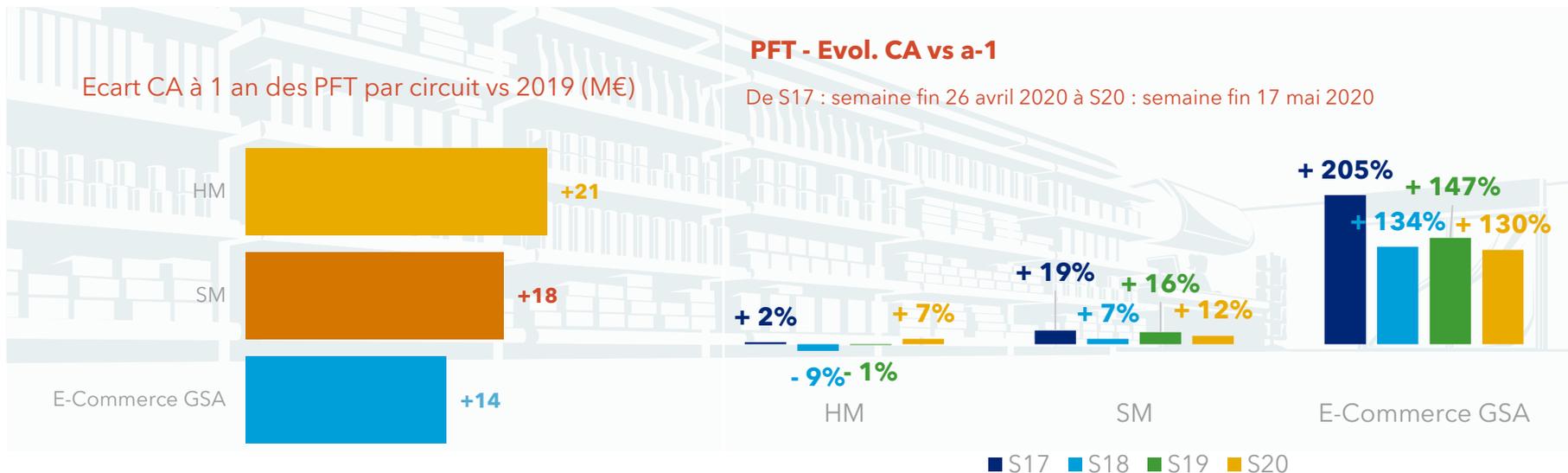


Rappel Evol. CA semaines 2019

PGC Alimentaires	-4,0%	+0,9%	-1,1%	-3,9%	+1,4%	+1,0%
PFT Poids variable	-5,2%	-2,0%	-4,9%	-6,5%	0,0%	-0,4%

De S17 : semaine fin 26 avril 2020 à
S20 : semaine fin 17 mai 2020

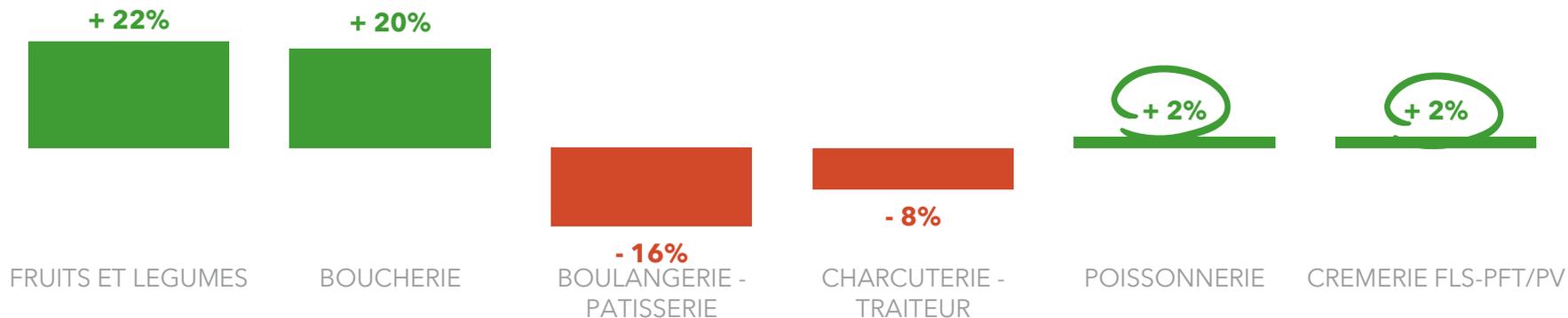
Les hypers retrouvent également de la croissance au rayon frais traditionnel et leur position dans les gains de CA des PFT.



PFT - Semaine du 11 au 17 mai 2020

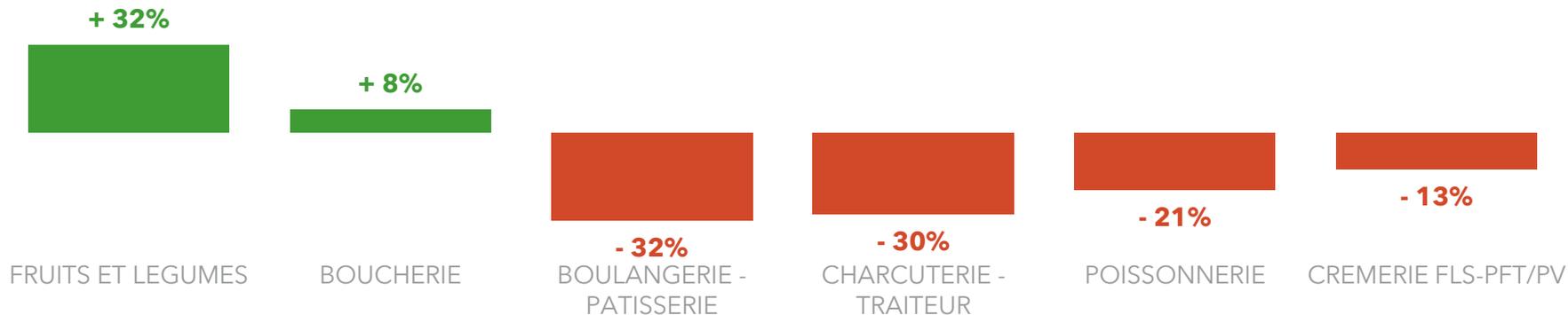
Avec le déconfinement, les shoppers sont de retour aux rayons poissonnerie et crèmerie qu'ils avaient désertés pendant les 8 semaines précédentes.

HM SM E-Commerce GSA
Evol. CA vs a-1, semaine du 17 mai 2020



Rappel : pendant le confinement, seuls les rayons fruits et légumes et boucherie sont restés en croissance.

HM SM E-Commerce GSA
Evol. CA vs a-1, cumul du 16 mars au 10 mai 2020



Annexes

Top & flop catégories des PGC FLS – Tous circuits GMS hors EDMP

Evol. CA vs a-1 - Semaine du 17 mai 2020

PRODUITS-ACC. PARAPHARMACIE (gels, masques)	+242%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+97%
SAVONS DE MENAGE	+72%
PREMIX	+72%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+68%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+60%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+60%
SAUCISSES FRAICHES RF	+56%
SAUCES FROIDES	+55%
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	+54%
KIT BALAIS + LINGETTES	+53%
GRAISSES A FRIRE	+51%
ENTRETIEN BOIS ET MEUBLES	+50%
VERMOUTH	+50%
INSECTICIDES	+47%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+47%
EPICES HERBES ET MELANGES	+45%
FARINES	+45%
FRUITS AU SIROP	+45%
BIERES DE SPECIALITE	+45%

Top

SHAMPOOINGS EN	-23%
EAUX AROMATISEES	-24%
SALADES FRAICHES	-24%
COOKIES	-26%
TAMPONS	-27%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-28%
SOINS POUR HOMME	-29%
DEODORANT	-29%
BARRES CEREALIERES	-29%
CHEWING GUMS	-30%
DISSOLVANTS	-31%
LAQUES	-32%
TOILETTE DU VISAGE	-33%
PRODUITS COIFFANTS	-33%
ENTRETIEN CUIR PVC ET TOILE	-33%
SOINS DU VISAGE	-35%
MAQUILLAGE	-37%
SALADES DE FRUITS RF	-39%
SANDWICH	-43%
PRODUITS SOLAIRES EN	-54%

Flop



IRI

CA Catégories >100k€, dernière semaine

Les catégories des PGC FLS les plus achetées par circuit

Top 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 17 mai 2020

PRODUITS-ACC. PARAPHARMACIE (gels, masques)	+243%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+82%
PREMIX	+67%
SAVONS DE MENAGE	+65%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+60%
KIT BALAIS + LINGETTES	+56%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+52%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+51%
VERMOUTH	+49%
SAUCES FROIDES	+49%
GRAISSES A FRIRE	+47%
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	+47%
SAUCISSES FRAICHES RF	+45%
GINS/VODKAS/TEQUILAS	+42%
INSECTICIDES	+42%
ENTRETIEN BOIS ET MEUBLES	+40%
GANTS DE MENAGE	+40%
EPICES HERBES ET MELANGES	+38%
FARINES	+38%
BIERES DE SPECIALITE	+37%

HM

PRODUITS-ACC. PARAPHARMACIE (gels, masques)	+193%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+97%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+67%
SAVONS DE MENAGE	+63%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+63%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+61%
ENTRETIEN BOIS ET MEUBLES	+58%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+57%
COLORATION	+52%
SAUCES FROIDES	+49%
INSECTICIDES	+47%
SAUCISSES FRAICHES RF	+46%
GINS/VODKAS/TEQUILAS	+46%
EPICES HERBES ET MELANGES	+44%
BIERES DE SPECIALITE	+40%
GRAISSES A FRIRE	+40%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+40%
FARINES	+40%
KIT BALAIS + LINGETTES	+39%
GANTS DE MENAGE	+39%

SM

Les catégories des PGC FLS les plus achetées par circuit

Top 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 17 mai 2020

PRODUITS-ACC. PARAPHARMACIE (gels, masques)	+428%
EAU DE VIE ET FRUITS A L'ALCOOL	+292%
SAVONS DE MENAGE	+290%
VERMOUTH	+269%
EAUX DE COLOGNE	+255%
COLORATION	+240%
FRUITS AU SIROP	+235%
LAITS INDUSTRIELS	+223%
GRAISSES A FRIRE	+207%
PATES ET PDTS BASE TETE RF	+201%
AMER/GENTIANE/BITTER/AMERICANO	+197%
SOINS DES PIEDS ET JAMBES	+187%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+186%
PLATS CUISINES DESHYDRATES	+185%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+180%
INFUSIONS	+177%
SAUCISSES FRAICHES RF	+176%
SAUCES FROIDES	+172%
INSECTICIDES	+171%
CONSERVES AUTRES PRODUITS DE LA MER	+170%

E-Commerce GSA

PRODUITS-ACC. PARAPHARMACIE (gels, masques)	+843%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+162%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+111%
GANTS DE MENAGE	+106%
SAVONS DE MENAGE	+96%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+85%
INSECTICIDES	+80%
COLORATION	+69%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+68%
FARINES	+67%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+64%
CORNED BEEF ET ESCARGOTS BOITE	+59%
RHUMS	+58%
EPICES HERBES ET MELANGES	+58%
NETTOYANTS MENAGERS MULTI-USAGES	+57%
BIERES DE SPECIALITE	+55%
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	+53%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+53%
SAUCISSES FRAICHES RF	+53%
ALIMENTS AUTRES ANIMAUX	+52%

Proxi <400m2



IRI

CA Catégories >10k, dernière semaine

Les catégories des PGC FLS les plus en recul par circuit

Flop 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 17 mai 2020

BROSSES A DENTS	-29%
TAMPONS	-30%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-30%
BARRES CEREALIERES	-30%
CHEWING GUMS	-32%
GELS DOUCHE EN	-32%
SHAMPOOINGS EN	-34%
COOKIES	-34%
SOINS POUR HOMME	-36%
PRODUITS COIFFANTS	-36%
DEODORANT	-37%
ENTRETIEN CUIR PVC ET TOILE	-37%
DISSOLVANTS	-38%
SANDWICH	-38%
SALADES DE FRUITS RF	-41%
TOILETTE DU VISAGE	-41%
LAQUES	-41%
MAQUILLAGE	-41%
SOINS DU VISAGE	-46%
PRODUITS SOLAIRES EN	-60%

HM

PRODUITS DE REGIME	-17%
ADHESIFS BANDAGES ET 1ER SOINS	-17%
GATEAUX ET ROULES	-18%
LESSIVES SPECIALISTES	-18%
PRODUITS SOLAIRES EN	-19%
TARTINABLES CONSERVES	-20%
LESSIVES GENERALISTES	-21%
SPECIALITES DE CONFISERIES DE SUCRE	-22%
COTONS ET COTONS TIGES	-22%
MAQUILLAGE	-23%
PRODUITS COIFFANTS	-25%
BISCUITS PETIT DEJEUNER	-27%
CHEWING GUMS	-28%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-29%
SALADES FRAICHES	-30%
TAMPONS	-31%
EAUX AROMATISEES	-32%
SALADES DE FRUITS RF	-35%
BARRES CEREALIERES	-37%
SANDWICH	-46%

SM



IRI

Les catégories des PGC FLS les plus en recul par circuit

Flop 20 - Evol. CA vs a-1 - Semaine du 17 mai 2020

COTONS ET COTONS TIGES	+7%
DENTIFRICE	+7%
GELS DOUCHE EN	+5%
SHAMPOOINGS EN	+4%
LAITS INFANTILES	-0%
CHEWING GUMS	-4%
APRES SHAMPOOINGS ET SOINS	-5%
VINS AROMATISES	-11%
SOINS ANTI-BACTERIENS VISAGE	-11%
LAQUES	-13%
COOKIES	-14%
DEODORANT	-14%
SOINS DU VISAGE	-18%
SANDWICH	-22%
TOILETTE DU VISAGE	-24%
DISSOLVANTS	-31%
SOINS POUR HOMME	-31%
MAQUILLAGE	-32%
PRODUITS COIFFANTS	-38%
PRODUITS SOLAIRES EN	-68%

COOKIES	-22%
LAQUES	-22%
SPEC GLACEES A PARTAGER	-23%
FRAIS EMBALLE TRAITEUR LS	-24%
JUS DE FRUITS FRAIS	-24%
PRODUITS COIFFANTS	-26%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-27%
VINS AROMATISES	-31%
PRODUITS DE REGIME	-32%
FOIES GRAS APPERTISES	-32%
BISCUITS PETIT DEJEUNER	-33%
EAUX AROMATISEES	-33%
PRODUITS SOLAIRES EN	-35%
CHEWING GUMS	-36%
BARRES CEREALIERES	-41%
SALADES FRAICHES	-42%
TAMPONS	-45%
SANDWICH	-50%
SALADES DE FRUITS RF	-56%
LAMES ET RASOIRS FEMME	-67%

E-Commerce GSA

Proxi <400m2



IRI

CA Catégories >10k€, dernière semaine

Rappel : les catégories du confinement - Tous circuits GMS hors EDMP

Evol. CA vs a-1 - Cumul du 16 mars au 17 mai 2020

GANTS DE MENAGE	+178%
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	+148%
FARINES	+135%
PRODUITS ET ACCESSOIRES PARAPHARMACIE	+81%
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	+77%
JAVEL	+73%
SAVONS DE MENAGE	+71%
SAVONS DE TOILETTE ET PAINS DERMATOLOGIQUES	+69%
POISSONS SGL	+62%
DESSERTS A PREPARER	+60%
CONSERVES DE TOMATES	+54%
EMBALLAGES ALIMENT ROULEAUX	+53%
INSECTICIDES	+53%
VIANDES SURGELEES	+52%
SAUCISSES FRAICHES RF	+51%
BARQUETTES ET SACHETS ALIMENTAIRES	+51%
AIDE A LA PATISSERIE EN	+51%
MIELS	+49%
NETTOYANTS MENAGERS MULTI-USAGES	+49%
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	+48%

Top

SALADES FRAICHES	-34%
SOINS POUR HOMME	-34%
GATEAUX FROMAGERS ET TOURTEAUX	-35%
SPECIALITES DE CONFISERIES DE SUCRE	-35%
TOILETTE DU VISAGE	-37%
DEODORANT	-37%
SOINS DU VISAGE	-39%
FOIES GRAS FRAIS	-40%
BARRES CEREALIERES	-41%
EAU DE TOILETTE ET PARFUM	-42%
LAQUES	-49%
PRODUITS COIFFANTS	-49%
PETITES CONFISERIES DE SUCRE	-50%
SPEC GLACEES A PARTAGER	-50%
CHEWING GUMS	-51%
ENTRETIEN CUIR PVC ET TOILE	-52%
SALADES DE FRUITS RF	-53%
CHAMPAGNE	-54%
MAQUILLAGE	-57%
SANDWICH	-69%

Flop

Le suivi hebdomadaire des performances des PGC et PFT en GSA publié dans IRI Vision Actualité est réalisé grâce à notre plateforme **IRI Liquid Data.**

Vous bénéficiez de données avancées et disponibles très rapidement grâce à un traitement spécifique des données de la dernière semaine sur un parc de plus de 12000 points de vente.

Pourquoi choisir IRI ?

IRI apporte des réponses concrètes sur les opportunités de croissance grâce à la révolution de l'exploitation des données marchés, produits, clients, magasins et logistique ainsi que par l'intelligence artificielle.

En effet, croître sur un marché en pleine mutation est un enjeu majeur qui nécessite de s'appuyer sur la capacité à actionner rapidement une multitude de données.

IRI a développé les dernières technologies et solutions de pointe pour l'intégration multi-sources et la démocratisation des données, notamment la visualisation, l'analyse prédictive, l'intelligence artificielle, l'usage de la voix, etc.

Accélérez votre croissance grâce à des INSIGHTS AUTOMATISES et des PRISES DE DECISION FACILITEES, générés par l'intelligence artificielle, le Machine Learning et la technologie IRI la plus avancée à ce jour.