



Circana Le Prix

MAI 2023

L'inflation à 1 an reste à un niveau élevé (+16,0%) mais semble avoir atteint un palier, amorçant même une pente descendante..



Sommaire

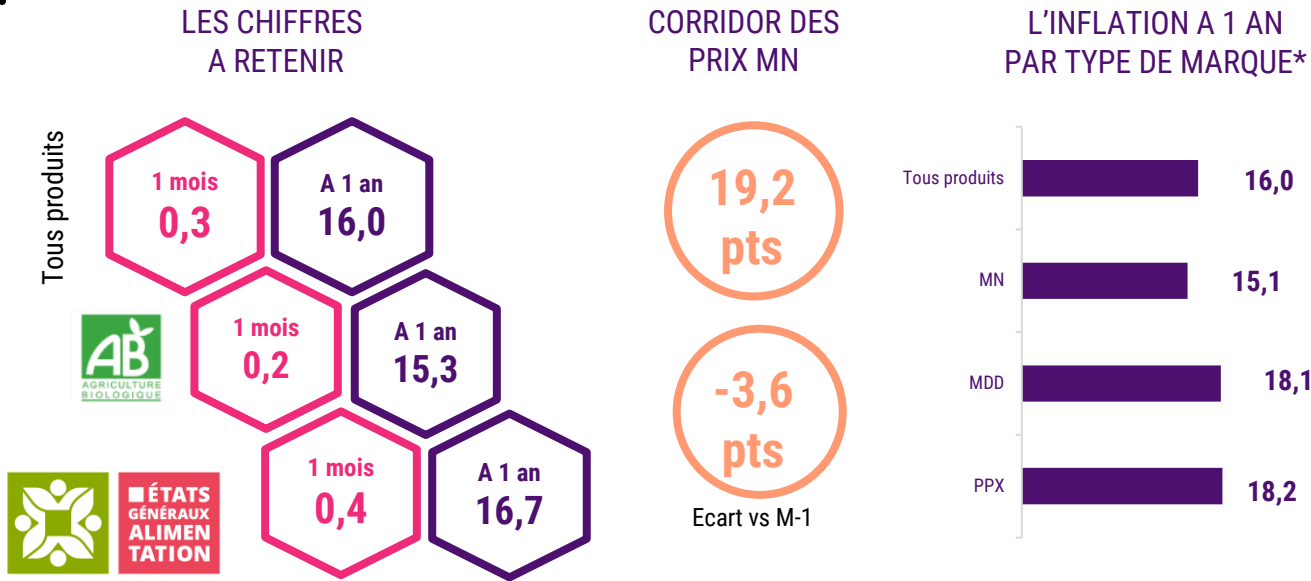
- 01 L'essentiel
- 02 Inflation à un an
- 03 Inflation à un mois
- 04 Corridor de prix
- 05 Scope EGA



01

L'essentiel

L'inflation à 1 an reste à un niveau élevé (+16,0%) mais semble avoir atteint un palier, amorçant même une pente descendante.



L'inflation à 1 an de la demande** (mai 2023 vs mai 2022)

L'inflation à 1 an reste à un niveau élevé (+16%) mais semble avoir atteint un palier, amorçant même une pente descendante. Cette tendance baissière est observée sur les MDD et PPX alors que les MN poursuivent leur augmentation.

L'observation à 2 ans montre en revanche une réalité un peu différente car en 2022, à la même période, l'inflation allait crescendo. Ainsi, par rapport à avril 2021, les prix ont progressé en avril 2023 de plus de +20% soit quasiment 1 point de plus qu'en mars.

L'inflation à 1 mois de la demande** (mai 2023 vs avril 2023)

En mai, l'inflation à 1 mois est de +0,3% avec notamment une stabilité des prix sur le concept hyper.

Les catégories EGA***

Sur ce scope, les inflations sont sensiblement dans la même tendance que le tous produits

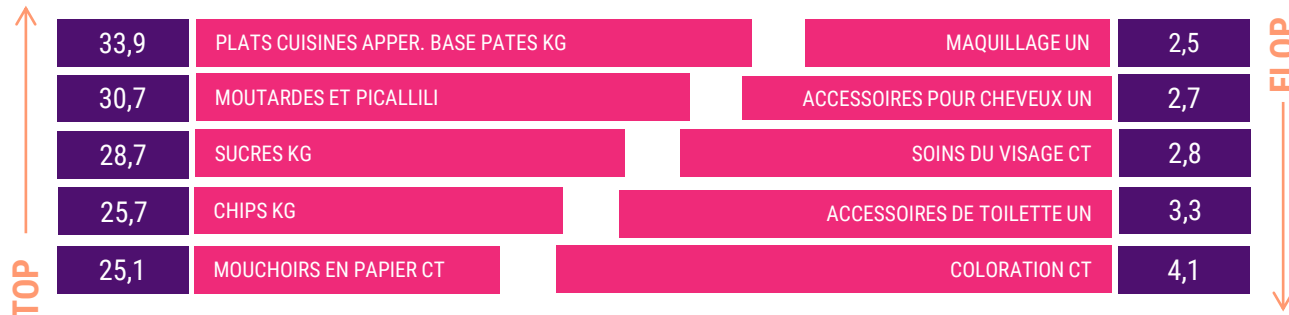
Corridor des prix

L'écart entre les 2 enseignes les plus chères et les 2 enseignes les moins chères passe en dessous des 20 points.

**A assortiment constant

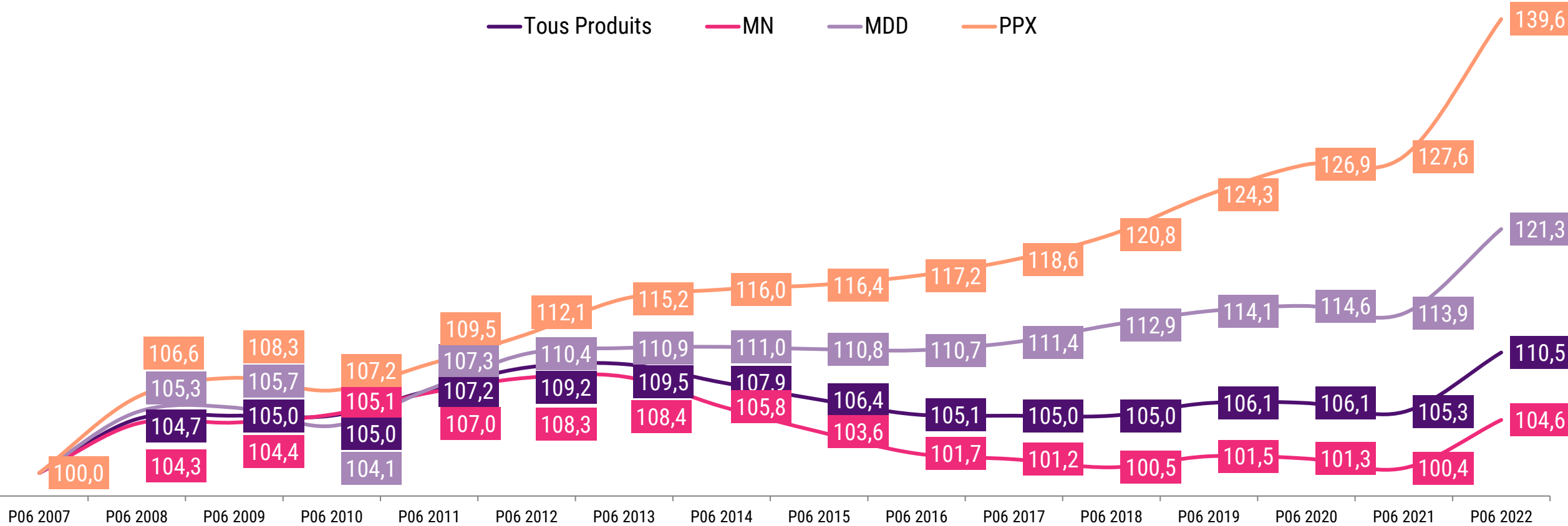
*** 225 catégories gencodés poids fixe

LE TOP / FLOP CATEGORIES DU MOIS – INFLATION A 1 AN



L'évolution des prix par type de marque depuis 2007 total HM+SM.

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



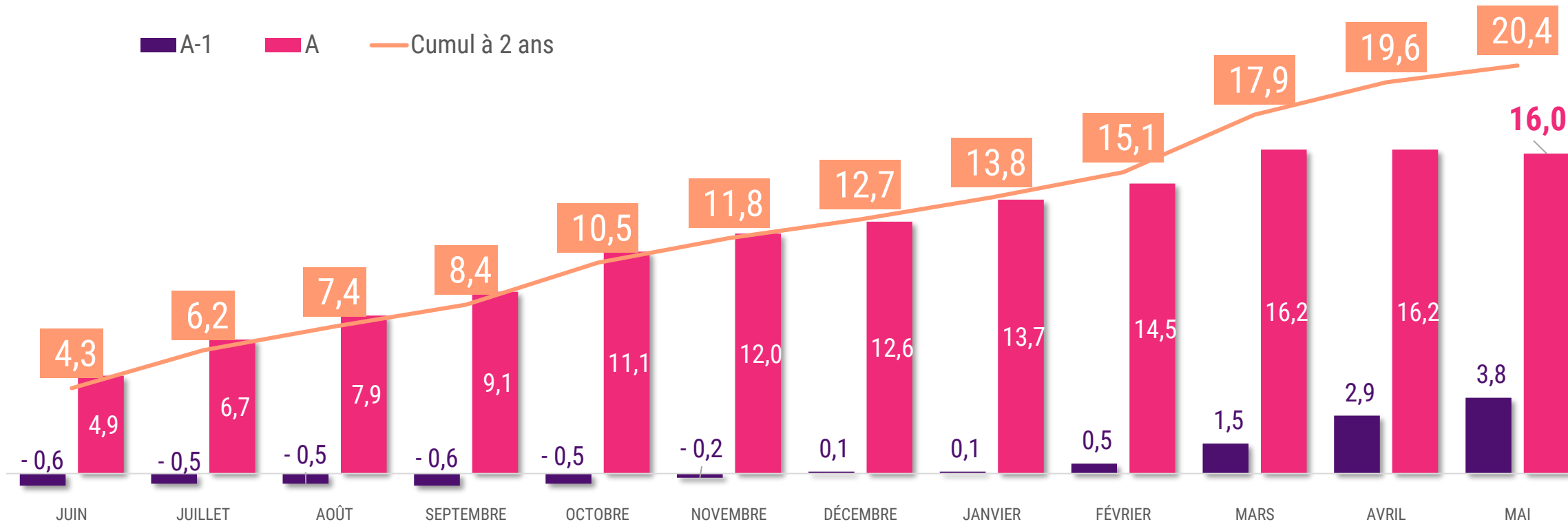
02

Inflation
à un an

Inflation à 1 an – tous circuits*

Inflation à un an

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



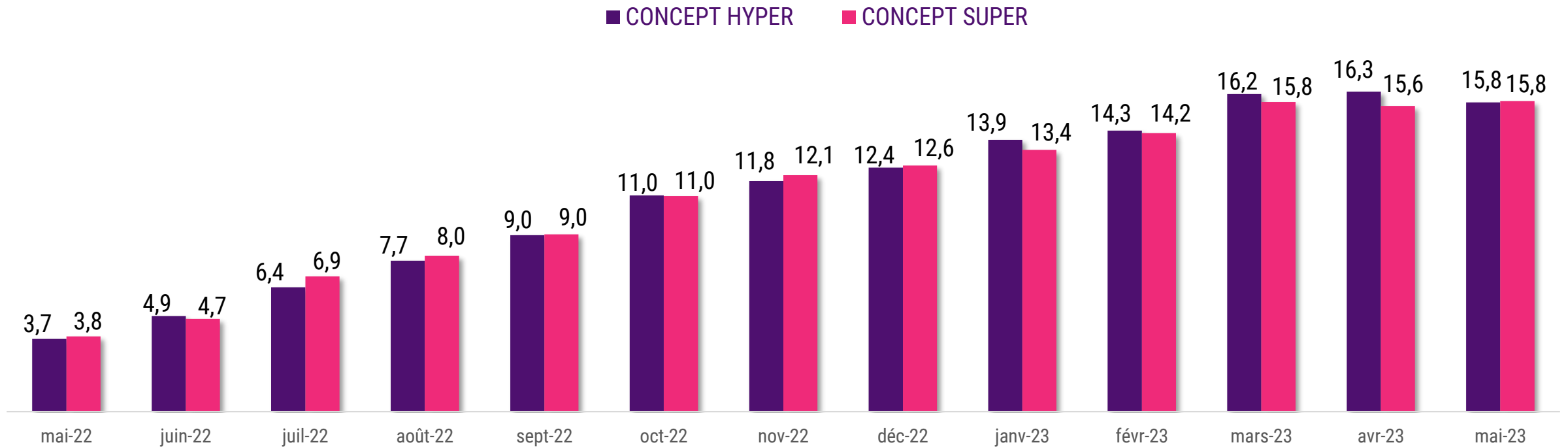
*Tous circuits : concept HM, concept SM, proximi, drive GSA



Inflation à 1 an – détail par circuit – concept HM et concept SM*

Inflation à un an

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



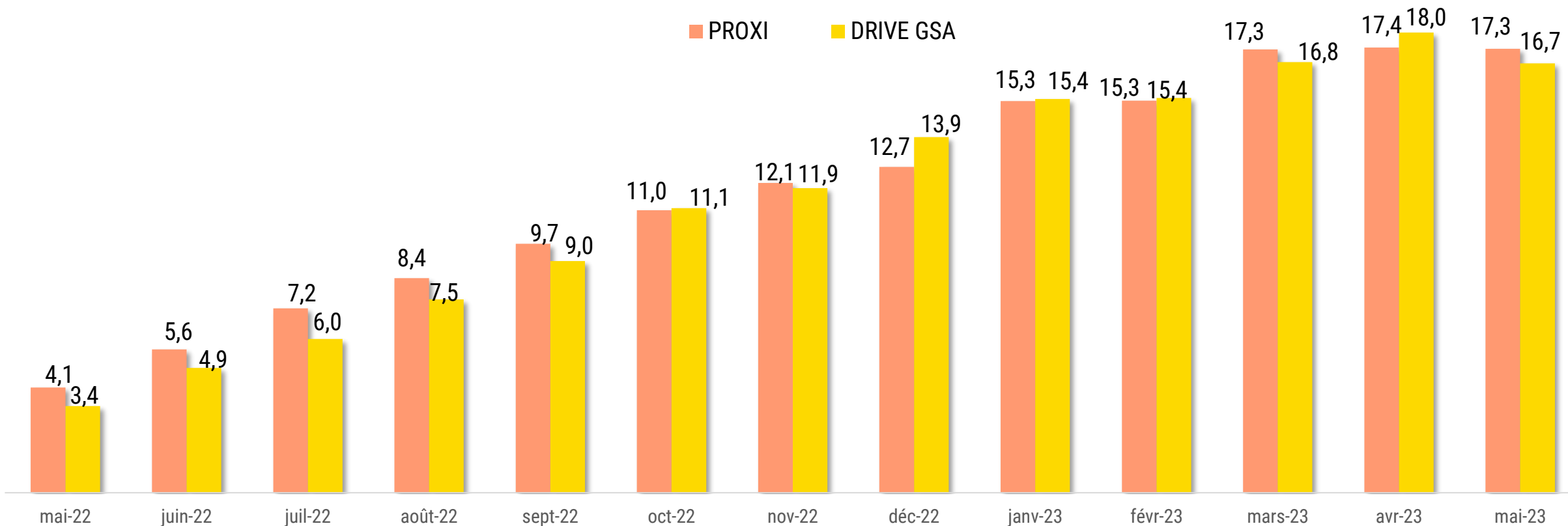
*Concept HM et concept SM : voir définitions en annexe



Inflation à 1 an – détail par circuit – concepts Proxi et Drive GSA *

Inflation à un an

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



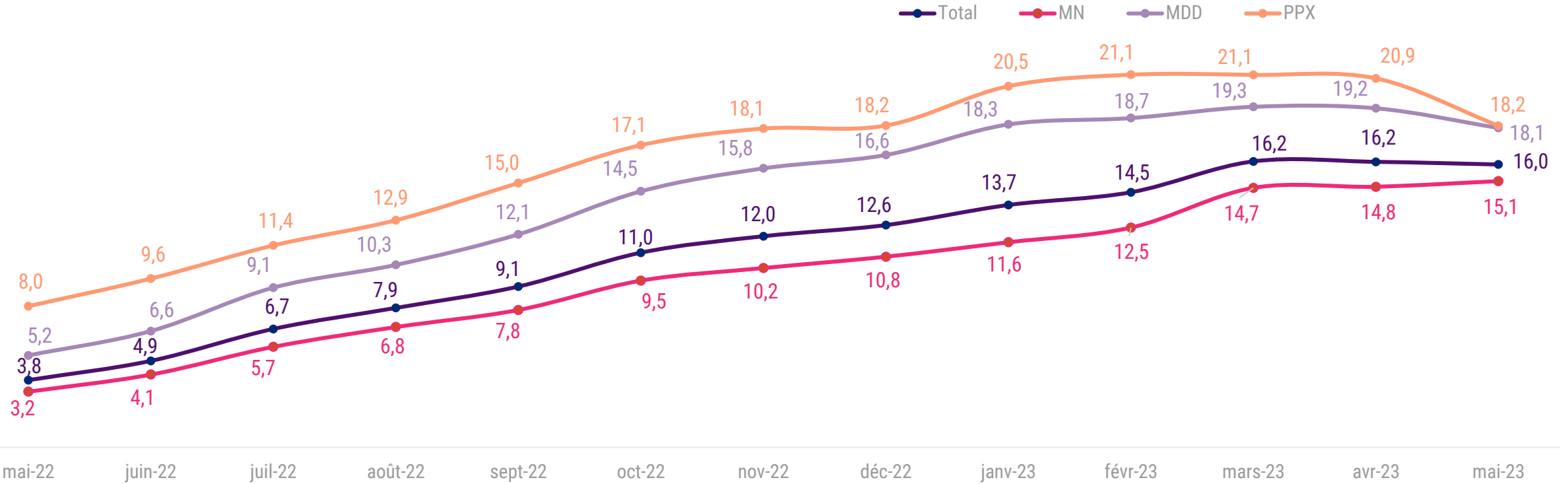
*Concepts proxi et drive GSA : voir définitions en annexe



Inflation à 1 an tous circuits* – détail par type de marque.

Inflation à un an

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



*Tous circuits : concept HM, concept SM, proxi, drive GSA



Inflation à 1 an par type de produit et de marque. Dernière période

Inflation à un an

	Tous Circuits				Concept HM				Concept SM			
	Tous produits	MN	MDD	PPX	Tous produits	MN	MDD	PPX	Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN CIRCANA	16,0	15,1	18,1	18,2	15,8	14,7	18,4	17,9	15,8	15,0	17,5	18,2
INFOSCAN ALIMENTAIRE	16,1	15,2	18,2	18,6	15,9	14,8	18,6	18,2	15,9	15,1	17,6	18,6
DPH	11,4	9,1	16,4	17,3	10,6	8,0	17,8	15,0	11,6	9,8	14,8	17,1
ENTRETIEN	10,2	8,8	13,2	9,8	10,2	8,7	14,0	8,6	10,1	8,6	12,7	11,1
HYGIENE	11,9	9,2	17,9	20,0	10,7	7,8	19,5	17,9	12,2	10,3	15,8	19,0
EPICERIE	17,5	17,1	18,9	17,5	17,3	16,9	18,9	15,6	17,4	16,8	18,9	19,1
EPICERIE SALEE	18,3	18,1	18,9	16,8	18,2	18,0	19,2	13,9	18,1	17,8	18,7	19,6
EPICERIE SUCREE	16,9	16,3	19,0	18,8	16,6	16,1	18,4	19,3	16,7	15,9	19,2	18,1
FLS POIDS FIXE	18,6	18,2	19,1	20,3	18,9	18,3	19,6	21,3	18,2	17,9	18,5	19,5
CREMERIE	21,1	20,8	21,1	27,2	21,4	21,0	21,6	26,8	20,7	20,7	20,5	27,3
FRAIS NON LAITIERS LS	15,6	15,0	16,4	15,2	15,9	15,3	17,0	16,5	14,9	14,4	15,7	14,2
SURGELES GLACES	19,3	18,3	20,1	25,4	19,5	18,5	20,6	24,2	18,9	18,0	19,6	26,7
LIQUIDES	11,4	11,1	12,9	13,7	11,0	10,7	12,7	13,4	11,3	11,0	12,5	13,0
BIERES ET CIDRES	12,8	12,7	13,7	17,6	12,4	12,3	13,9	16,2	12,7	12,6	13,1	16,3
BRSA ET EAUX	13,9	13,5	15,3	18,7	13,7	13,4	14,8	18,6	13,9	13,5	15,3	18,5
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	7,4	7,3	8,2	7,4	6,8	6,6	8,2	6,1	7,4	7,4	8,0	6,6
INFOSCAN BAZAR	11,0	10,0	13,1	9,9	10,9	10,1	12,7	12,4	10,8	9,7	13,2	5,7

Inflation à 1 an par type de produit et de marque. Dernière période

Inflation à un an

	Proxi				Drive GSA			
	Tous produits	MN	MDD	PPX	Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN CIRCANA	17,3	16,3	19,4	20,3	16,7	15,9	18,2	17,6
INFOSCAN ALIMENTAIRE	17,4	16,4	19,4	20,6	16,8	15,9	18,2	18,0
DPH	15,5	12,3	19,0	26,3	13,3	11,6	15,7	15,7
ENTRETIEN	11,9	10,0	14,7	12,0	10,8	8,8	14,3	3,5
HYGIENE	17,2	13,5	21,2	30,3	14,3	12,7	16,3	17,8
EPICERIE	19,1	18,8	19,7	19,7	17,4	17,0	18,6	16,1
EPICERIE SALEE	19,8	19,9	19,5	19,7	18,0	17,8	18,4	14,9
EPICERIE SUCREE	18,5	18,1	19,9	19,7	16,9	16,4	19,0	18,7
FLS POIDS FIXE	19,4	18,8	20,1	21,4	18,4	17,9	18,9	19,7
CREMERIE	21,4	20,7	22,0	28,7	20,9	20,6	21,1	26,0
FRAIS NON LAITIERS LS	16,8	16,2	17,7	15,7	15,3	14,7	16,0	15,7
SURGELES GLACES	20,9	19,7	22,0	27,6	18,0	17,6	18,2	23,5
LIQUIDES	12,4	12,1	14,7	15,1	12,3	12,2	13,2	12,8
BIERES ET CIDRES	13,8	13,6	15,1	20,8	12,1	12,0	13,4	8,3
BRSA ET EAUX	14,1	13,4	17,1	17,3	14,0	14,0	14,0	19,5
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	9,0	8,9	9,9	10,1	7,0	7,0	7,2	3,7
INFOSCAN BAZAR	12,0	10,4	13,9	11,8	13,4	13,6	14,4	4,1

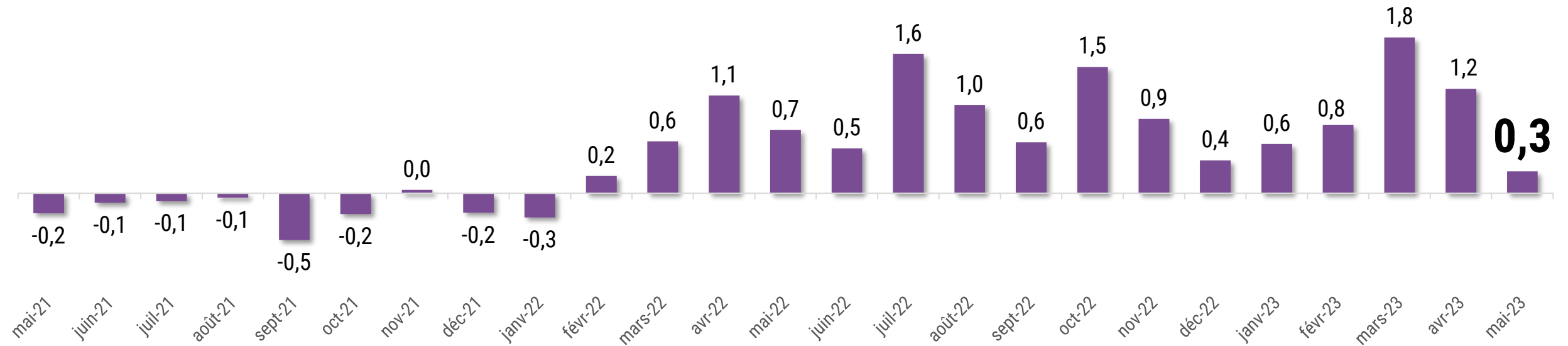
03

Inflation à un mois

Inflation à 1 mois – tous circuits*

Inflation à un mois

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)

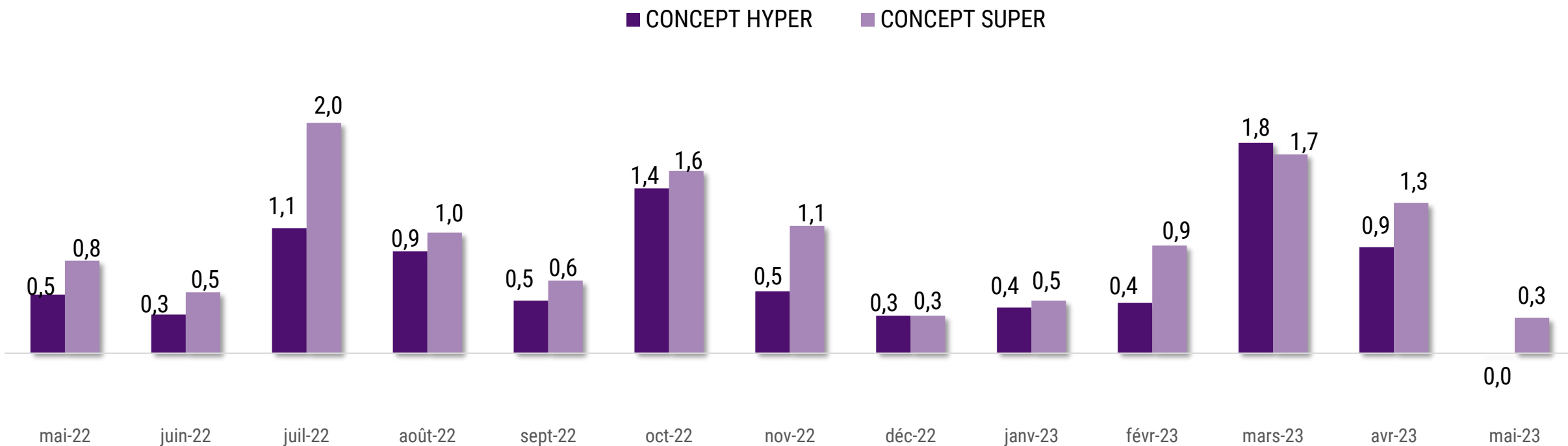


*Tous circuits : concept HM, concept SM, proxi, drive GSA



Inflation à 1 mois – détail par circuit – concepts HM et SM*

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)

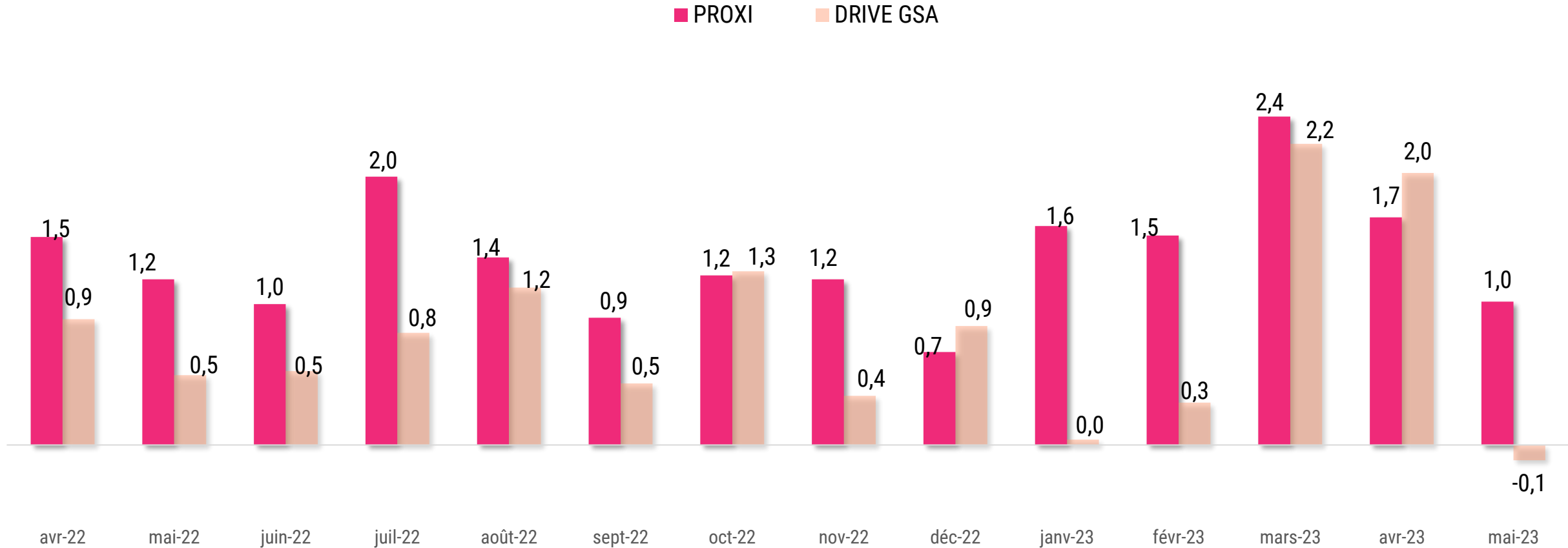


*Concept HM et concept SM : voir définitions en annexe



Inflation à 1 mois – détail par circuit – autres circuits.

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



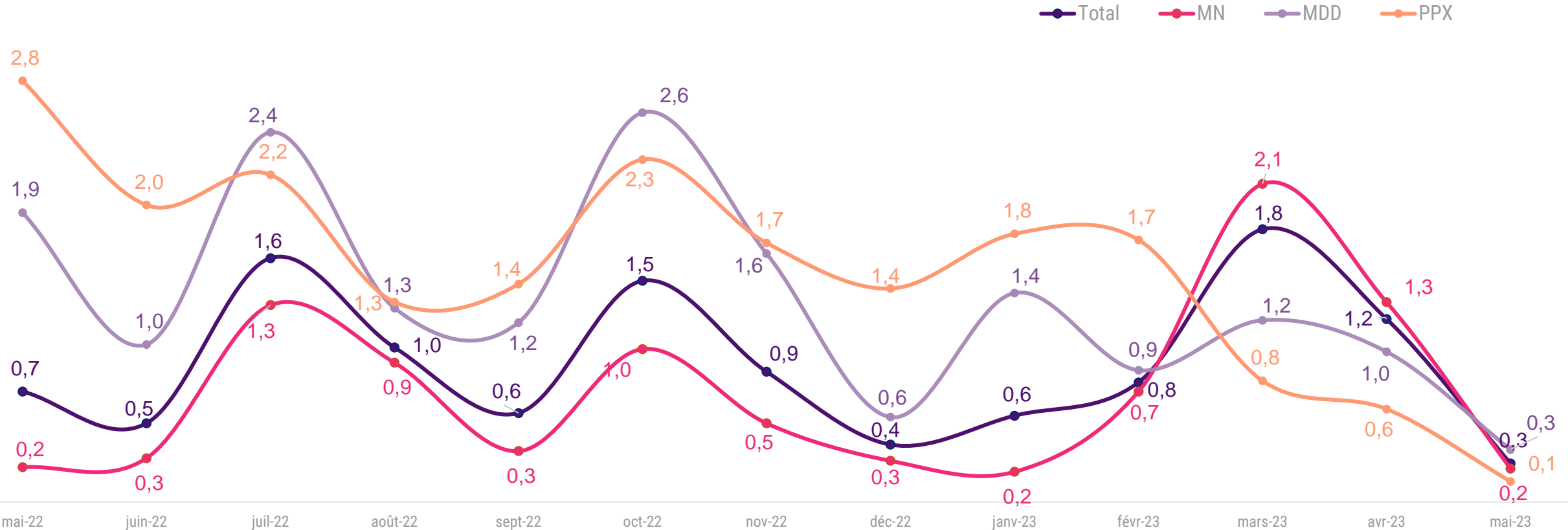
*Concepts proximi et drive GSA : voir définitions en annexe



Inflation à 1 mois tous circuits - détail par type de marque.

Inflation à un mois

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



*Tous circuits : concept HM, concept SM, proxi, drive GSA



Inflation à 1 mois par type de produit et de marque. Dernière période.

Inflation à un mois

	Tous Circuits				Concept HM				Concept SM			
	Tous produits	MN	MDD	PPX	Tous produits	MN	MDD	PPX	Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN CIRCANA	0,3	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0	0,1	-0,2	0,3	0,3	0,4	0,3
INFOSCAN ALIMENTAIRE	0,3	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0	0,2	-0,2	0,3	0,3	0,4	0,4
DPH	-0,6	-0,9	0,3	0,0	-1,5	-2,0	0,0	-0,4	0,2	0,1	0,6	0,3
ENTRETIEN	-0,5	-1,0	0,7	-0,1	-0,9	-1,3	0,3	-0,9	-0,4	-1,0	1,0	1,0
HYGIENE	-0,6	-0,9	0,1	0,0	-1,8	-2,3	-0,2	-0,1	0,6	0,7	0,4	0,0
EPICERIE	0,6	0,6	0,5	-0,1	0,5	0,6	0,3	-0,6	0,6	0,5	0,6	0,3
EPICERIE SALEE	0,7	0,8	0,5	-0,4	0,6	0,9	0,2	-1,1	0,7	0,7	0,7	0,1
EPICERIE SUCREE	0,5	0,4	0,6	0,5	0,3	0,4	0,3	0,2	0,5	0,4	0,6	0,6
FLS POIDS FIXE	0,4	0,4	0,3	0,1	0,4	0,6	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,0
CREMERIE	0,4	0,6	0,2	-0,1	0,5	0,8	0,0	-0,1	0,2	0,2	0,2	-0,1
FRAIS NON LAITIERS LS	0,3	0,3	0,4	0,2	0,4	0,3	0,4	0,2	0,2	0,1	0,3	0,0
SURGELES GLACES	0,5	0,5	0,4	0,3	0,5	0,5	0,4	0,1	0,2	0,2	0,3	0,5
LIQUIDES	0,0	0,0	0,3	1,3	-0,5	-0,7	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	3,1
BIERES ET CIDRES	0,0	0,0	0,6	3,5	-0,8	-0,8	-0,2	-0,4	0,2	0,0	0,6	9,1
BRSA ET EAUX	0,3	0,4	0,0	0,8	0,1	0,1	0,4	0,4	0,3	0,5	-0,5	1,1
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	-0,3	-0,5	0,7	0,3	-1,2	-1,4	-0,1	0,1	0,0	-0,2	1,1	0,5
INFOSCAN BAZAR	-0,2	0,0	-0,8	0,1	-0,7	-0,3	-1,7	0,1	0,2	0,4	-0,1	-0,1

Inflation à 1 mois par type de produit et de marque. Dernière période.

Inflation à un mois

	Proxi				Drive GSA			
	Tous produits	MN	MDD	PPX	Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN CIRCANA	1,0	1,1	1,0	0,5	-0,1	-0,3	0,2	-0,3
INFOSCAN ALIMENTAIRE	1,0	1,1	1,0	0,5	-0,1	-0,3	0,2	-0,3
DPH	1,0	1,3	0,6	0,3	-0,9	-1,8	0,7	-0,7
ENTRETIEN	1,2	1,3	0,9	0,5	-1,0	-2,1	1,8	-1,5
HYGIENE	0,9	1,3	0,4	0,2	-0,9	-1,6	0,2	-0,5
EPICERIE	1,1	1,1	1,1	0,7	0,1	0,0	0,5	-0,2
EPICERIE SALEE	1,2	1,3	1,0	0,5	0,3	0,3	0,4	-0,5
EPICERIE SUCREE	1,0	0,9	1,2	0,9	0,0	-0,2	0,6	0,2
FLS POIDS FIXE	1,0	1,1	1,0	0,4	0,1	0,0	0,1	-0,3
CREMERIE	1,0	1,1	0,8	0,4	0,0	0,1	0,0	-0,8
FRAIS NON LAITIERS LS	0,9	0,8	1,0	0,4	0,1	-0,1	0,4	-0,1
SURGELES GLACES	1,6	2,2	1,1	0,5	0,0	0,0	0,0	-0,2
LIQUIDES	1,1	1,1	1,0	0,6	-0,6	-0,6	-0,6	0,3
BIERES ET CIDRES	1,0	1,0	1,6	0,4	-0,4	-0,4	0,3	-2,0
BRSA ET EAUX	1,3	1,4	0,8	1,5	-0,5	-0,4	-0,9	0,9
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	1,1	1,1	1,2	0,3	-1,2	-1,5	1,3	-0,4
INFOSCAN BAZAR	0,9	1,2	0,4	1,2	-1,0	-0,2	-2,1	0,1

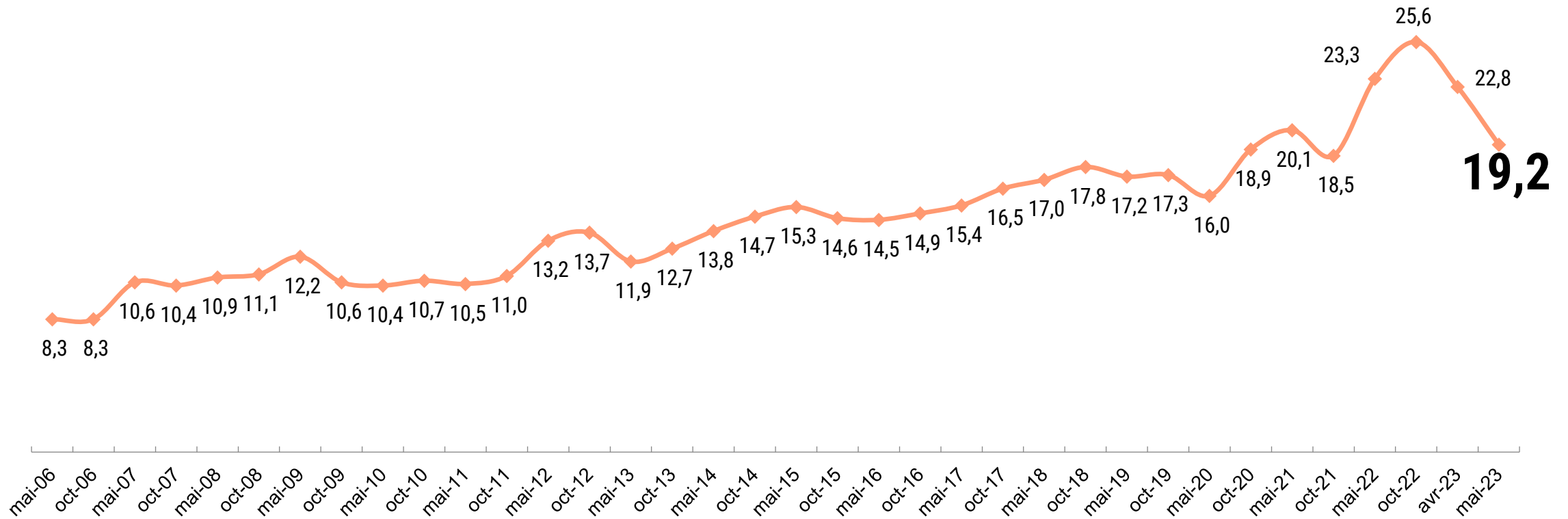


04

Corridor de
prix

Corridor de prix* – historique depuis 2006

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



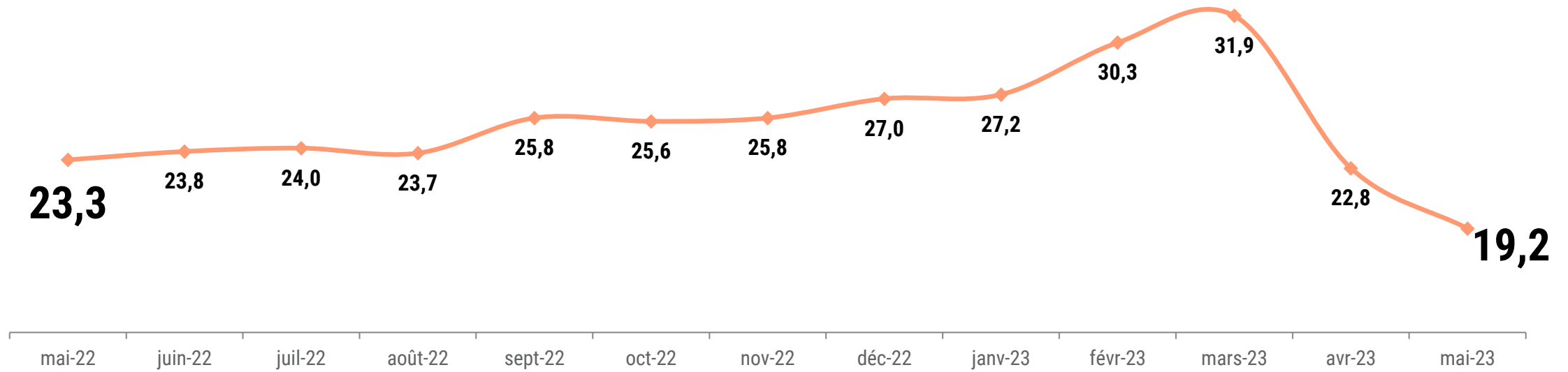
*Ecart calculé sur les indices MN de la demande vs HM+SM entre les 2 enseignes les plus chères et les 2 enseignes les moins chères (sur base d'une liste fermée de 12 enseignes).



Corridor de prix* – sur un an glissant...

Corridor de prix

TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



*Ecart calculé sur les indices MN de la demande vs HM+SM entre les 2 enseignes les plus chères et les 2 enseignes les moins chères (sur base d'une liste fermée de 12 enseignes).

05

Scope EGA

L'inflation sur les catégories alimentaires « scope EGA »*

Dernière période.

INFLATION A 1 MOIS (EN %)

	Tous circuits	Concept HM	Concept SM	Proxi	Drive GSA
Tous produits	0,4	0,3	0,3	1,1	0,0
MN	0,4	0,3	0,3	1,1	-0,1
MDD	0,4	0,2	0,4	1,0	0,2
PPX	0,2	-0,1	0,4	0,5	-0,2

INFLATION A 1 AN (EN %)

	Tous circuits	Concept HM	Concept SM	Proxi	Drive GSA
Tous produits	16,7	16,8	16,4	17,5	17,1
MN	15,9	16,0	15,7	16,6	16,3
MDD	18,4	18,7	18,0	19,5	18,5
PPX	18,8	18,7	18,8	19,6	18,5

**PROCHAINE
CONJONCTURE**

28 JUIN

UNE QUESTION ?

*Rapprochez-vous de
votre contact habituel*

frcgdretail@CIRCANA.com

06

Annexes

Méthodologie

Utilisation de la méthodologie GPS magasin (dernier prix payé à la journée sur les 2 dernières semaines, déflaté des lots virtuels).

Périmètre produits : total InfoScan Census® tous produits (« alimentaire » + petit bazar) hors vins tranquilles et chocolats saisonniers.

Scope « catégories EGA » : *** 225 catégories gencodées poids fixe (Epicerie + PLS + Liquides)

Inflation de la demande :

- Pondération par le CA de la géographie étudiée.
 - Permet de restituer la véritable vision consommateur : plus un produit pèse lourd dans le budget des ménages, plus il va impacter l'inflation.
-

Corridor des prix :

- Ecart entre les indices Marques Nationales de la demande vs HM+SM des 2 enseignes les plus chères vs les 2 enseignes les moins chères.
- Sur base d'une liste fermée de 12 enseignes : Atac+Simply Market, Auchan, Carrefour, Carrefour Market, Casino, Cora, Géant, Intermarché, E.Leclerc, Supermarchés Match, Monoprix et U Enseigne.

Méthodologie – détail des géographies

La segmentation par concept garantit une parfaite additivité des circuits et reflète la vision Shopper :

- **Concept Hyper :**
Auchan, Carrefour, Leclerc, Cora, Géant, Hyper Casino, Hyper U, Intermarché Hyper, Record
- **Concept Super :**
Auchan Supermarché, Bi1, Carrefour Market, Casino, Colruyt, Intermarché Super, Market, Maxicoop, Monoprix, Super Monoprix, Super U et Supermarché Match
- **Drive GSA :**
Casino-Géant, Chronodrive, Intermarché, U Drive, Auchan Drive, Carrefour Drive, Carrefour Market Drive, Cora Drive, Leclerc Drive, Monoprix.fr
- **Proxi :**
8 à huit, A 2 pas, Carrefour city, Carrefour contact, Carrefour contact malin, Contact Marché, Carrefour express, Carrefour montagne, Casino shop, Casino shopping, Diagonal, Franprix, G 20, Intermarche contact, Intermarche express, Leclerc express, Marche plus, Marche u, Maximarche, Monop, My Auchan, Petit casino, Le Petit casino, Spar, Shopi, U express, Coccimarket, Coccinelle, Coccinelle express, Coop, Ecofrais, Le marché d'à côté, Nano, Panier sympa, Point coop, Proxi / proxi super, Proximarche, Rapid market, Relais des mousquetaires, Sherpa, Sitis, Utile + Utile Coop, Vival, Viveco, Votre marché

Annexe qualité



CIRCANA est membre de Syntec Etudes Marketing et d'Opinion et à ce titre applique le code international CCI/ESOMAR de pratiques loyales en matière d'études de marché et d'opinion.

Par ailleurs, certifiée ISO 9001: 2015 et ISO 20252, elle s'engage à respecter les principes de ces normes notamment en ce qui concerne les points suivants :

- Les contrôles qualité et vérifications des données dans toutes les phases de l'étude décrites dans le manuel de qualité font partie du savoir faire de CIRCANA. Ils sont indiqués dans la documentation des processus du système de management de qualité de CIRCANA. Dans le cas ou des modes de contrôle spécifiques seraient convenus mutuellement entre le client et CIRCANA, ils seraient indiqués dans le contrat.
- Les enquêteurs sont formés de façon homogène et régulière sur l'ensemble du territoire.
- Dans le cas où CIRCANA ferait appel à des sources de données autres que celles habituellement utilisées pour gérer ses échantillons, elle en ferait information au client.
- En cas de sous-traitance, elle indiquera à son client les domaines des études qui seraient sous traitées et lui communiquera sur demande, les coordonnées des sous traitants. Ceux-ci sont soumis contractuellement au respect des règles déontologiques de la profession conformément aux normes qualité citées en référence.
- Les résultats des études sont livrés en format électronique si le mode de livraison n'est pas explicitement indiqué dans le contrat.
- Les noms des consultants en charge du dossier client seront communiqués à celui-ci dès signature du contrat.
- Seules les personnes accréditées du client et de CIRCANA auront accès aux résultats pendant la durée du contrat et la confidentialité des informations relatives à celui-ci sera prolongée par défaut de 6 mois après son expiration à moins de dispositions contraires dans le contrat principal.

CIRCANA fournira sur demande son manuel qualité et les textes des normes qualité de référence.





Circana Le Prix

**Pour plus d'informations,
contactez votre consultant habituel ou
emily.mayer@CIRCANA.com**

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

