

KANTAR

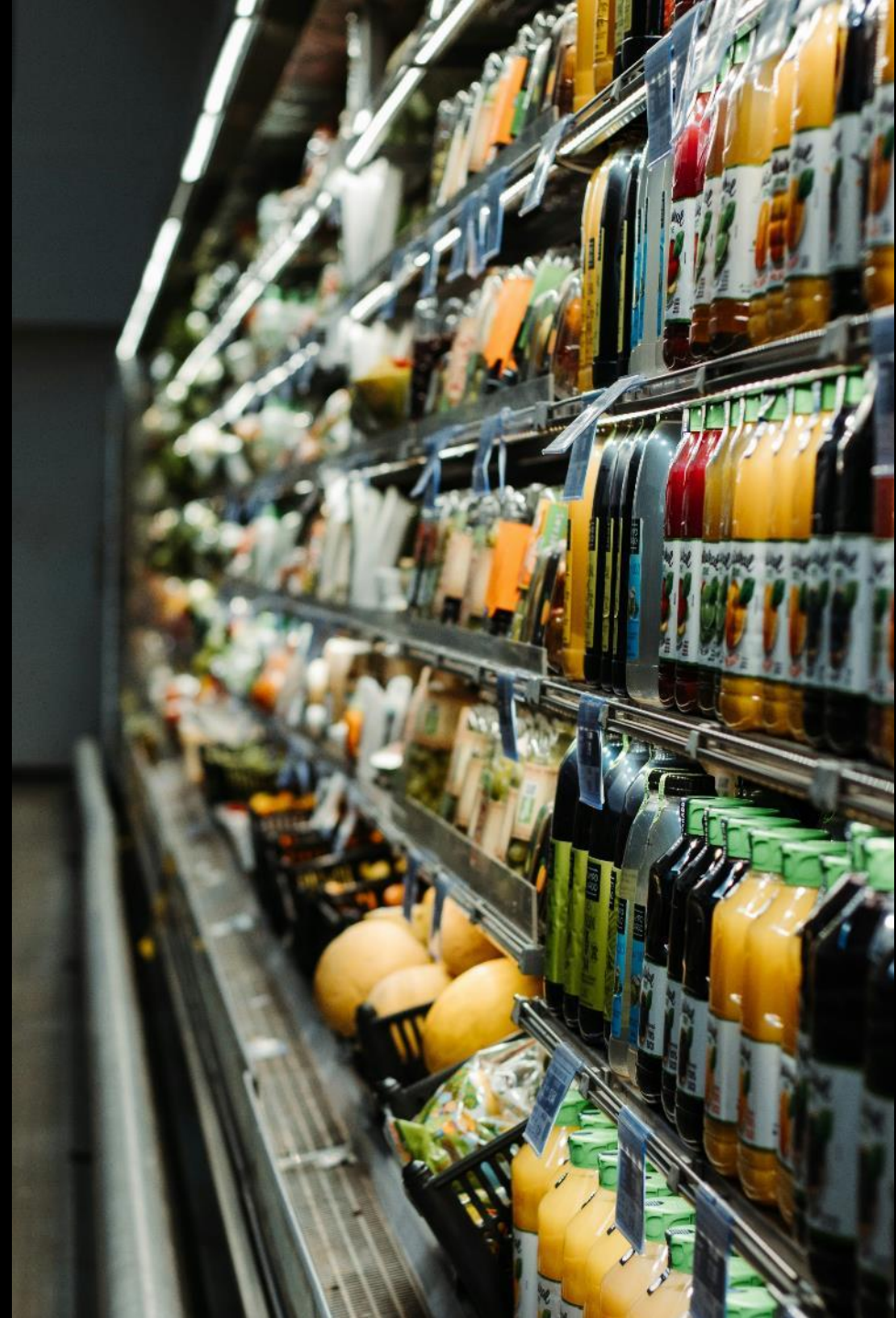
GMS & Hors-domicile

Trouver de nouvelles opportunités
de croissance dans un contexte
de déconsommation

Panel Kantar

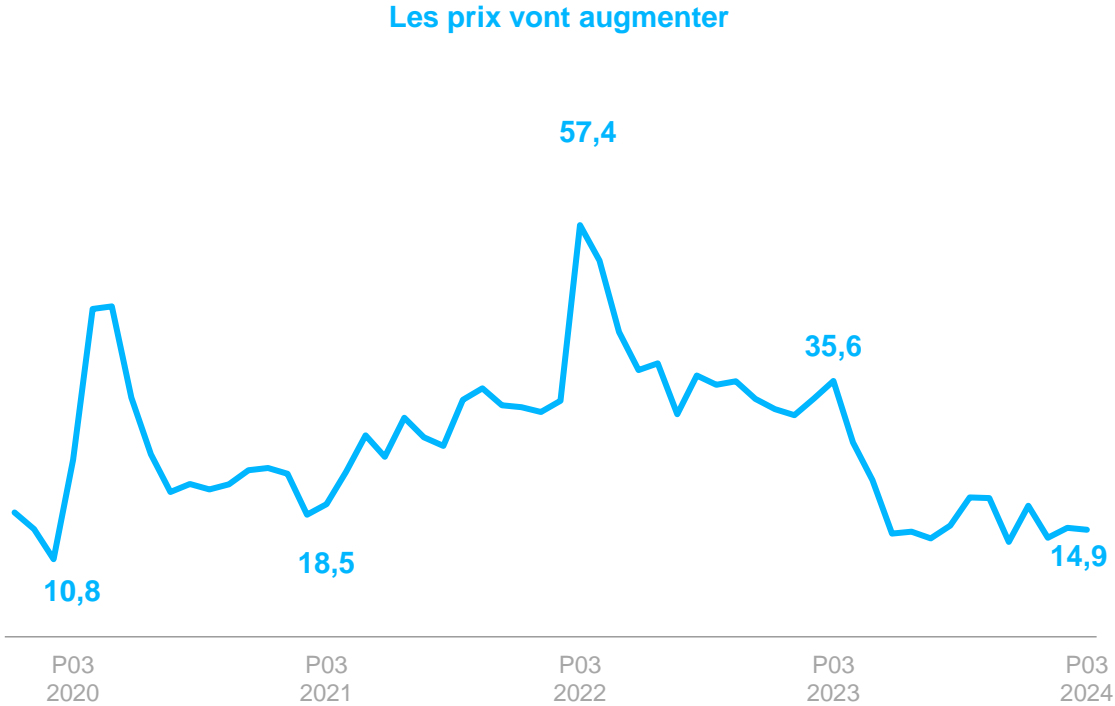
Juin 2024

Maxime Briquet

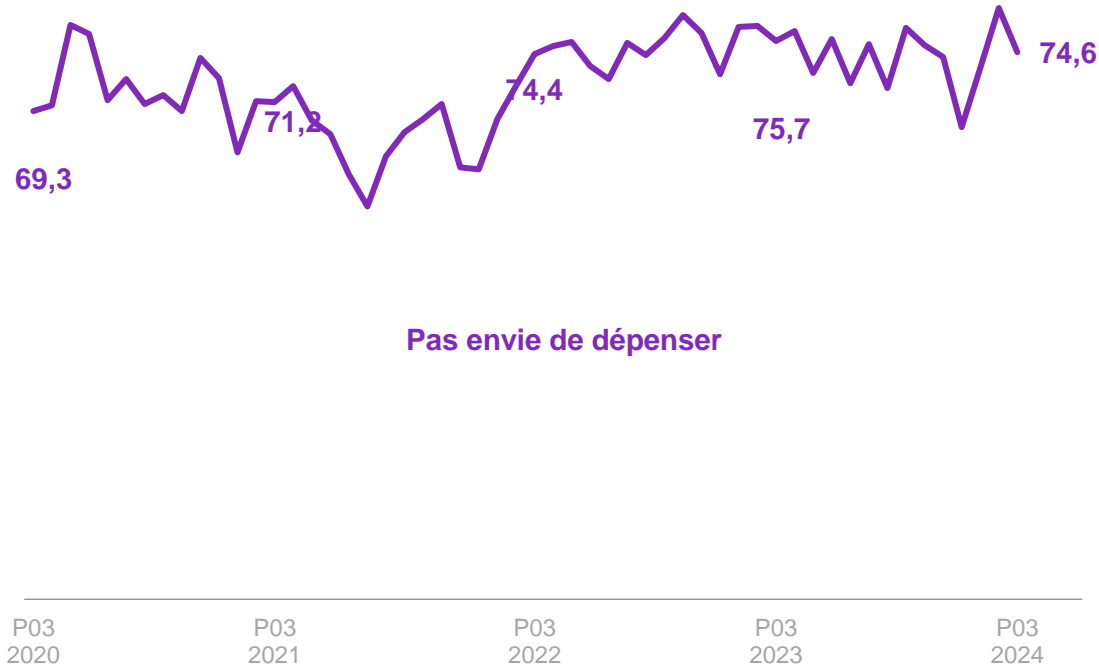


Même si les inquiétudes autour de l'évolution des prix de la situation financière du foyer sont moins pessimistes, l'envie d'acheter reste en berne

La perception de l'évolution des prix au cours des douze prochains mois ?



L'envie de dépenser



Une approche pragmatique en réponse à l'inflation

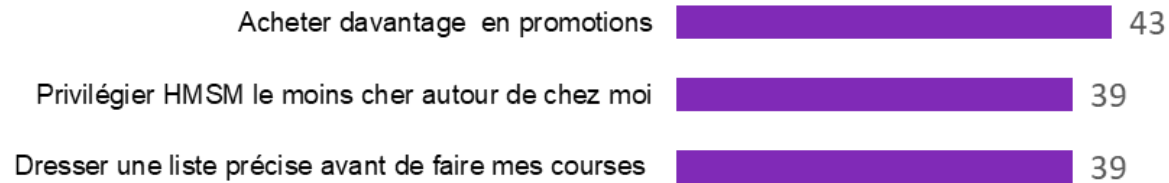
La consommation alimentaire à domicile comme variable d'ajustement

TOP 15 des intentions - % foyers IAP (Intention d'achat pondéré)

#1 pragmatisme avant tout



#2 Pilotage budget alimentaire



#3 Réduire dépenses textile, hors domicile, loisirs, vacances...



La déconsommation se poursuit via des paniers plus petits

69,5% des Shoppers choisissent les produits en fonction du prix

Prométhée, CAM P4 2024

+3,1pts vs 2023
+9,7pts vs 2022



TOUS CIRCUITS

Evol % PGC-FLS
En articles

-2,5%

Evol PFTrad
En Kg

-2,0%

68% des catégories PGC-FLS sont déconsommées*

Seuls les +60 ans maintiennent leur niveau de consommation

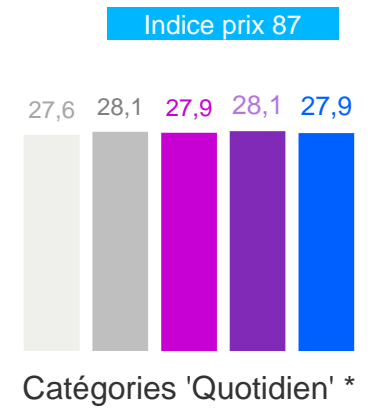
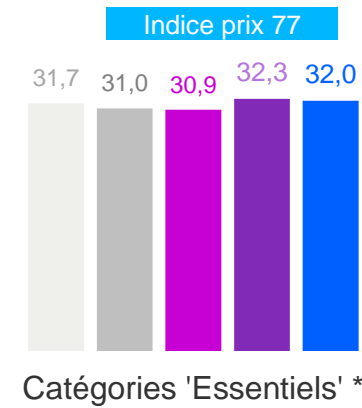
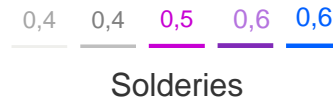
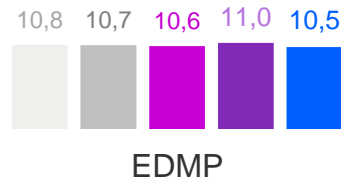
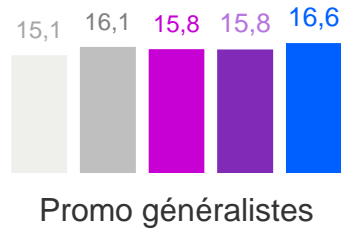
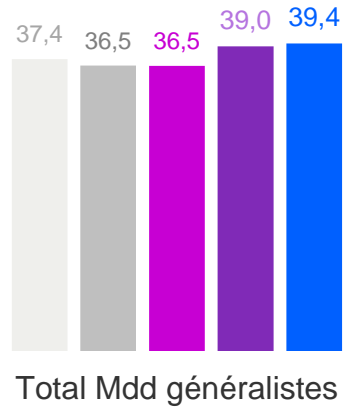
Plus petits paniers : le nbre d'articles PGC FLS par transaction recule de -2,3%.

Trafic en baisse de -0,2%

Les Français font la chasse aux meilleurs prix avec le retour de la promotion

Poids dans les dépenses PGC-FLS% - Offres Economiques

■ CAD 1T 20 ■ CAD 1T 21 ■ CAD 1T 22 ■ CAD 1T 23 ■ CAD 1T 24



+0,4 pt



+0,8 pt



-0,5 pt



+ 1,6 pt
pénétration

Période charnière dans le secteur de la GMS

Le niveau de concentration de la distribution va augmenter de 4 à 5 pts en France



% PDM < valeur

2023

**Structure possible
au 1er Janvier 2025**

TOP 3

59,5 %

63,6%

↑ +4,1 pts

TOP 4

71,2 %

75,6 %

↑ +4,4 pts

TOP 5

79,9 %

84,9 %

↑ +5,0 pts

E. Leclerc, Intermarché et U sont les grands gagnants

La GMS doit également s'adapter : Se préparer à un choc démographique

Une population qui vieillit et un nombre de naissances historiquement bas. Une évolution qui ira s'accroissant durant les 2 prochaines décennies et qui pose des questions économiques et sociales.

+15%

**Évolution de
la population
2040 vs 2007**

1/3

**Vieillessement
de la population**
Poids des 60 ans et plus
en 2040 vs 26% en 2023

-6,8%

**Natalité
en baisse**

Evolution 2023 vs 2022
il n'y a jamais eu aussi peu de
naissances en France
depuis 1945

37%

**Taille de foyers
plus petits**

La part des ménages d'une
seule personne représentait
20 % dans les années 1960,
elle atteint 37 % depuis 2000.

31%

**Mobilité
résidentielle**

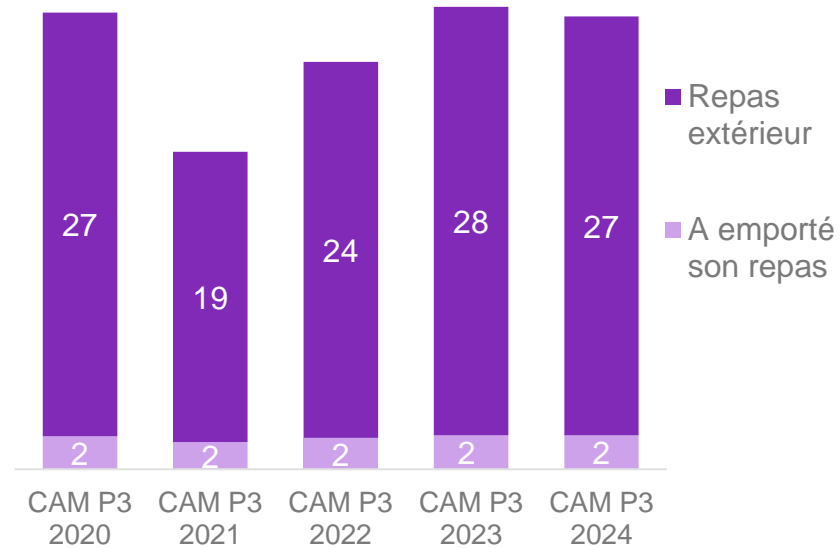
Taux de mobilité : 31,1%
des ménages ont déménagé
au cours des quatre dernières
années. Insee enquête
logement 2006

La GMS doit également s'adapter : Des changements de style de vie qui rebattent l'équilibre entre À domicile et Hors domicile



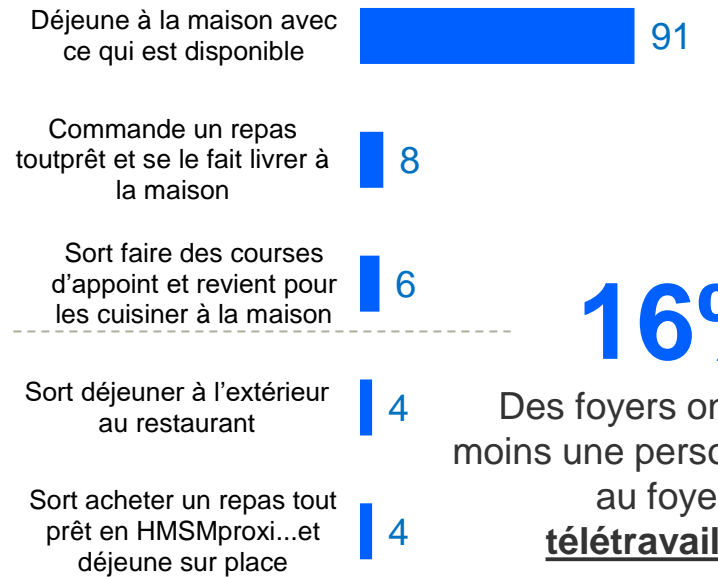
Les Français prennent plus de repas
pris à l'extérieur

% Répartition des occasions de consommation In & Out*



Le télétravail une opportunité sur le moment
du déjeuner qui est davantage pris à domicile

% télétravailleur



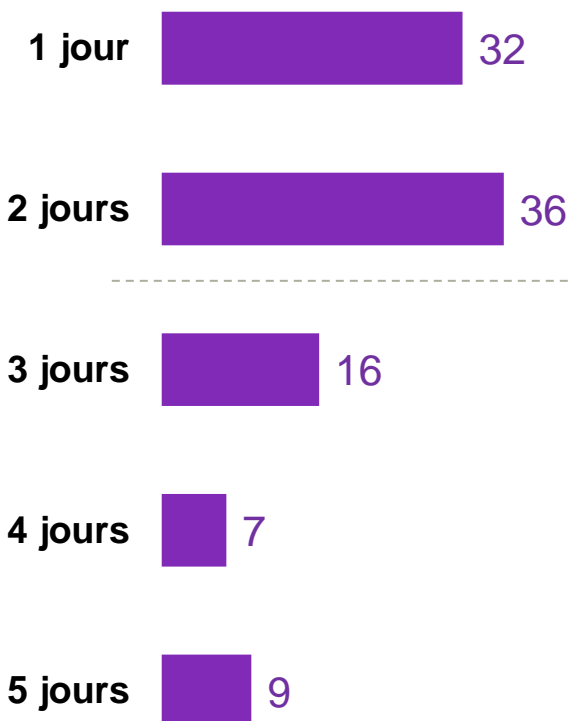
16%

Des foyers ont au moins une personne au foyer qui télétravaille **

Le télétravail une pratique qui s'est inscrite dans le temps (1 ou 2 jours par semaine) une opportunité sur le moment du déjeuner qui est davantage pris à domicile

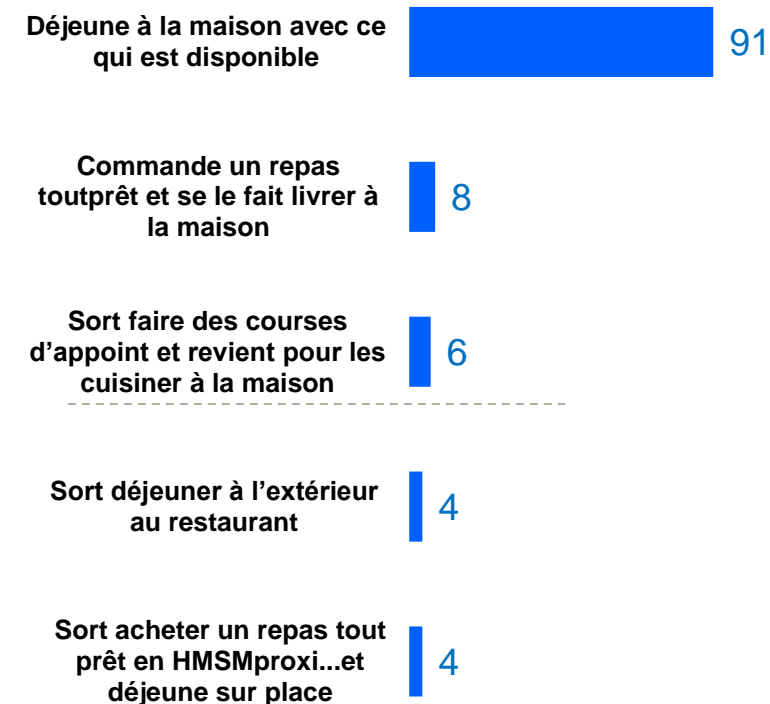


% télétravailleur



Pour chaque membre de votre foyer qui pratique le télétravail, pouvez-vous nous indiquer, en moyenne à quelle fréquence il/elle est en télétravail chaque semaine ?

% télétravailleur



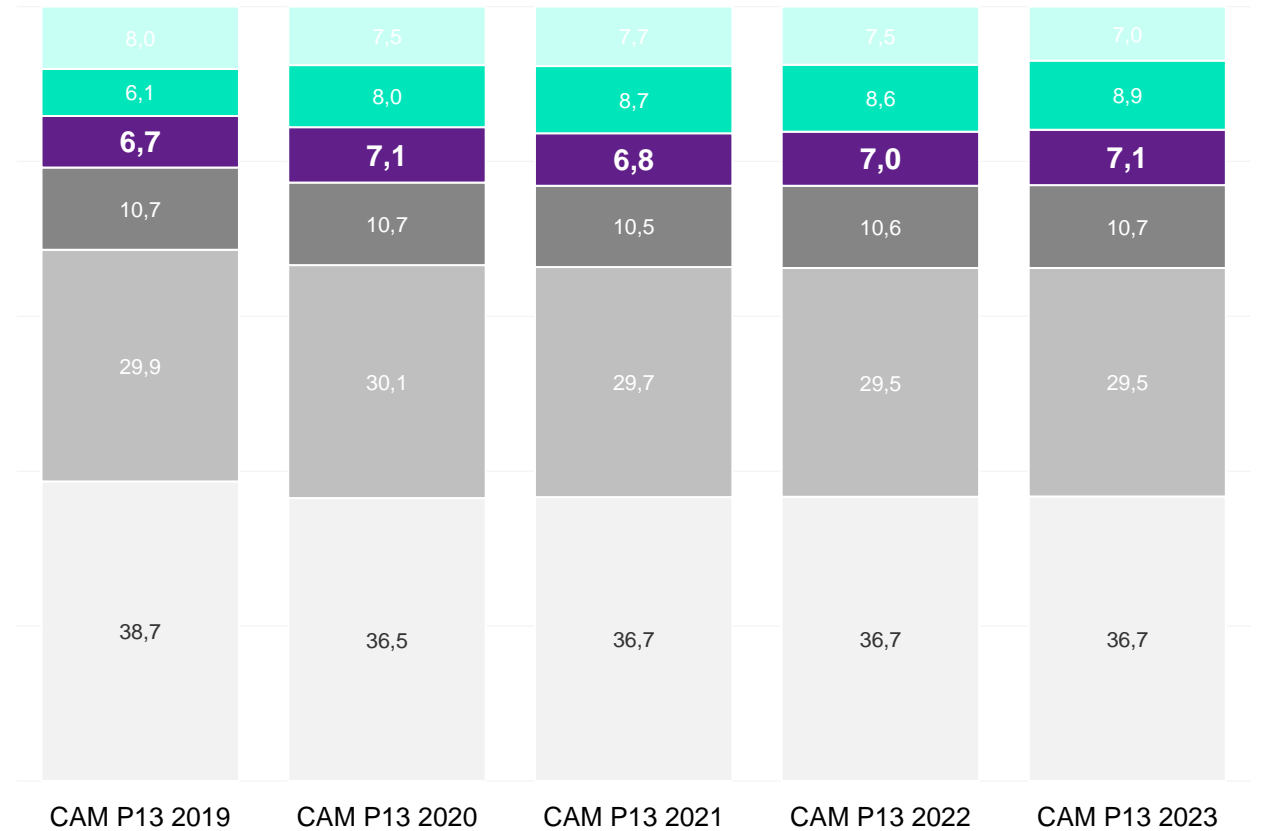
Pour chaque membre de votre foyer qui pratique le télétravail, pouvez-vous nous indiquer, quelles sont ses habitudes au déjeuner quand il/elle télétravaille ?

Ce qui explique aussi une certaine résistance de la proximité



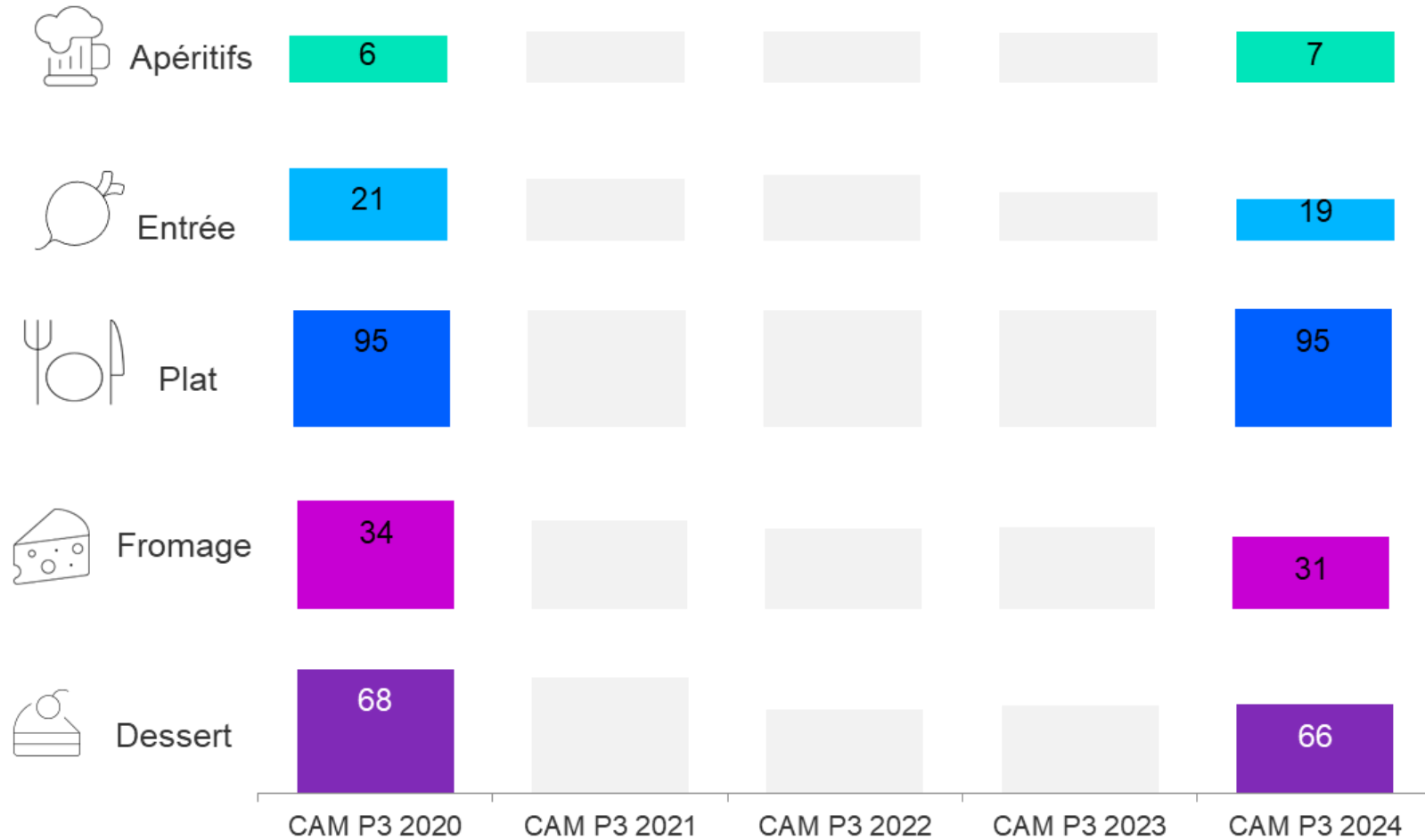
- Concept Autres
- Concept Online Généralistes
- Concept Proximité
- Concept EDMP
- Concept Supers
- Concept Hypers

Produits : PGC FLS Mesures: Retailer - PDM valeur



A la maison : simplification des repas

Poids de chacun des plats au sein des repas principaux %



En cuisine, la recherche de praticité et d'économie se lit également dans les recettes en forte progression

100% plat principal

TOP 5 recettes consommées à domicile



100% plat principal

TOP 5 CROISSANCE
CAM P3 2024 VS CAM P3 2022



Cela se fait ressentir dans les catégories en croissance en GMS

Economies mais également praticité et petits plaisirs accessibles sont privilégiés par les consos

Seulement



des catégories
PGC-FLS en
croissance volume
ou stable au CAM
P13 2023

Le repas facile et éco

Plats Déshydratés
Lentilles conserves
Soupes Sg
Pâtes Ménagères
Pâtes Fraîches
Kits Cuisine
Sauces Déshydratées
Pains Préemballés
Crème Fraîche et UHT
Pois Chiches conserves
Margarine
Légumes Cuisinés conserves

Sandwichs

Pâtes Sèches
Sauces Chaudes Appertisées
Semoules Et Céréales
Epices Herbes Et Mélanges
Aides A La Pâtisserie
Aides Culinaires Sucrées Sg
Petits Pois Carottes conserves
Biscottes
Crêpes Galettes A Garnir

Protéines animales éco

Jambon De Volaille
Steaks De Soja
Viande Volaille Gibier Charcuterie Sg
Oeufs
Knack Et Pâte Fine

Festif économique

Boissons Aux Fruits En Poudre
Chips
Limonade Lime Tonic
Tartinables traiteur LS
Pièces Sèches Tranchées
Extrudés
Fruits Et Graines Secs Et Salés
Alcools Pour Fruits
Fruits A L'Alcool
Sport Energy
Apéritifs Base Vin

Kids First

Litières
Soins Bébé
Aliments Secs Bébés
Aliments Humides Bébé
Aliments Infantiles Salés
Accessoires Bébé

Plaisir /goûter

Tartelettes
Génoises
Assortiments Biscuits
Suisses
Autres Tartinables sucrés
Nappés
Desserts Frais Aux Fruits
Pâtes A Tartiner Chocolatées
Biscuits Secs
Pâtisseries Traditionnelles
Compotes ambiantes
Gaufrettes
Pâtisseries Et Desserts Sg
Tartinables Sucrés

Plaisir /Salé

Pâtes Fraîches Salées Fondues
Pâtes Pressées Cuites
Pâtes Pressées Non Cuite
Chèvres

Le sandwich, un segment en croissance en GMS qui suscite des convoitises



15 %
d'individus français
chaque semaine



12,6 millions
de **sandwichs** par semaine
Une des recettes qui progresse
le plus à moyen terme : +45 % vs 2019

UN REPAS UNIVERSEL



Le sandwich, une facilité aussi bien
pour le **déjeuner** que pour le **dîner**,
pour le quotidien en **semaine**
et les **week-ends**.



Le plus souvent **fait maison** (9 fois sur 10).
Un repas qu'il est pratique d'**emporter**
du domicile (dans 16% des cas on le mange
en dehors du domicile, 4 fois plus que la moyenne).

ET HORS DOMICILE ?



83 %
Le sandwich froid en **OOH** est quasiment
systématiquement consommé
au moment du **déjeuner**

Le **Top 3** des endroits où est consommé
le sandwich froid en OOH :



Au **travail** (31 % des occasions)



Dans la **rue** (21 %)



Sur **place** (19 %)

La « consommation hors domicile » Un terrain de jeu plus que jamais pour les intervenants GMS

La
GMS/Proxi
représente

6%

du CA de la conso OOH

12%

des visites OOH

42%

De foyers acheteurs

29%

des visites

Une légitimité de la GMS/Proxi sur des motivations Prix-Praticité

Leur axe de développement : l'ancrage dans le plaisir

C'est aujourd'hui la différenciation que peut apporter la restauration commerciale hors Retail

**Une part
des visites
de la
GMS/Proxi**

12%

Toutes motivations
confondues

23%

« Manger pour pas cher »

16%

« Manger rapidement »

9%

« Me faire plaisir »

Un axe travaillé par la GMS avec un espace d'innovations ...et des inspirations du hors-domicile !

Sur ce marché, j'aime bien essayer les produits nouveaux (moyenne alimentaire sur 13 marchés laitiers) ?
tout-à-fait d'accord, plutôt d'accord
PGC-FLS – CAM P11 2024

52%

CamP11 2023

Co branding

Label 5 et Lorina s'associent



pour populariser le cocktail Highball, célèbre au Japon.

Moment festif

St Michel se lance sur l'apéritif



Street food, évasion

KARATOK, trois recettes originales de french tacos



Vico lance sa gamme street food



Carrefour lance les **REFRESHOS**, incontournables de l'Asie au rayon surgelé



Nostalgie, émotion Retro marketing

Oreo lance une édition limitée avec Pac-Man



Nouvelle identité visuelle pour **Mouline**



Ultra gourmand

Panzani

muscle son offre sur le pesto en avril trois nouvelles références



Brossard se décline à la fraise



RichesMonts

Un concept inédit de raclette à la double texture



Ferrero lance deux nouveaux biscuits



Häagen-Dazs débarque sur les bouchées glacées



Lotus Biscoff et Kit Kat s'associent la barre Kit Kat Chunky White x Biscoff.



Nocciolata se lance sur les biscuits



C'est qui le patron ?! se lance sur le fromage via la raclette (en vote !)



Gü se lance sur le cheesecake



...et la praticité

Conservation

Lustucru lance des tagliatelles plates



Zapetti casse les codes au rayon des sauces avec conditionnement en sachet souple micro-ondables



La cuisine facile

Taureau Ailé se lance sur les riz à poêler



Le Gaulois : des émincés marinés grill & plancha



Douce France lance des bouchées panées crues



Des mini formats signés Tendriade



Format nomade

Mini Babybel & Go : en mode nomade



Danone lance de nouveaux skyr à boire



Cristaline se décline en canette



Mieux consommer : sur le Végétal, des innovations majeures arrivent en 2024

Renforcement positionnement

Joker marie fruits et légumes dans ses jus



Joker se repositionne comme experte en nutrition végétale et plus engagée. Via des innovations moins sucrées, comme Fraîch+ et ses nouveaux jus mixant fruits et légumes : pomme fraise tomate et pomme orange courgette.

Danone se renforce sur le végétal

inaugure une usine dans le Gers pour la production de ses boissons végétales, faisant d'elle la 2^{ème} en France et 4^{ème} en Europe.



Alternative

Fleury Michon propose ses tranches végétales



Aoste lance sa marque végétale



Upfield: une alternative végétale au Beurre



Démocratisation, diversification (cible, moment)

Hari&co lance sa nouvelle gamme de produits au rayon surgelé : un nouveau format économique et familial (sachets de 400 g) !



HARi&CO propose 3 recettes 100% végétale pour l'apéritif



Mazette ! signe une sauce burger végétale



La Vie signe une gamme de sandwichs végétaux



Mieux consommer : le packaging, la consigne au devant de l'actualité

Santé

Harrys

innove et se veut plus équilibrée



Equitable

Brets

obtient le label Agri-Ethique



Emballage

Capri-Sun opte pour le plastique recyclable



Baileys teste les bouteilles en aluminium



Yves Rocher lance ses éco-recharge douche



Environnement

Briochin

De nouvelles tablettes de lave-vaisselle aux cristaux de soude



Ramdam social

Produits solidaires



AgriLait

Yoplait lance un format brique de yaourt



U et E.Leclerc

remettent en place la consigne



Les leviers de la croissance 2024 pour la GMS

redonner du pouvoir/vouloir d'achat aux consommateurs dans de nouvelles réalités



**Redonner du
pouvoir/vouloir
d'achat aux
consommateurs**



**S'Adapter à de
nouvelles réalités**

- Choc démographique
- Evolution des styles de vie
- Evolution du commerce



**Réenchanter le Mieux
Consommer**

La consommation Hors domicile comme terrain de jeu
L'exemple du sandwich