

ACHATS DES MÉNAGES

■ Nouvelle baisse en novembre

La baisse des achats se confirme en novembre 2017, d'après les dernières données publiées par le panel Kantar, et ce malgré des températures plus fraîches dans certaines régions et une pression promotionnelle plus forte exercée par la GMS.

Sur la période P12 2017 (du 30 octobre au 26 novembre 2017), les volumes achetés par les ménages en France ont reculé de 3,8 % (et de 4,5 % en GMS). Attention toutefois... Novembre 2017 est en décroissance par rapport à novembre 2016, un mois de rebond (+1,2 % vs à l'année précédente). Novembre 2017 reste cependant un mois inférieur aux précédentes campagnes en volume (de -2,6 % à la moyenne triennale).

Les clients ont légèrement augmenté les quantités achetées par acte d'achat (+2,7 %) mais, dans le même temps, ils ont été moins nombreux qu'en novembre 2016 (-5 %).

La pression plus forte des offres promotionnelles – tant en nombre de références (+27 %) qu'en prix (-0,23 €/kg) – proposées par les enseignes de la grande distribution n'a pas permis de stimuler la demande.

Au niveau des formats de conditionnement, le cœur de gamme a subi une forte baisse (-9 % en quantités achetées). *A contrario*, le 5 kg gagne 7,2 % alors que le plus de 5 kg perd 10 % en volume.

Le mouvement baissier du prix (tant du fond de rayon, avec -0,20 €/kg en moyenne en GMS, que sur les produits faisant l'objet de promotions) n'a eu aucun effet sur les achats, ce qui montre le faible lien entre ces deux variables.

En cumul, depuis le début de la campagne, les quantités achetées par les ménages ont baissé de 1,8 % par rapport à 2016-2017 sur la même période. ■

Ali Karacaban

Evolution des achats des ménages – Données sur la période du 30 octobre au 26 novembre 2017

	Quantités achetées (Evolution en %)			PDM volume (En %)	
	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2015-2016	2016-2017
Total France	+1,4	+1,2	-3,8	100	100
Total Circuits généralistes (GMS)	+0,5	+3,3	-4,5	82	82
Dont hypermarchés	-2,5	+4,1	-6,4	39	38
Dont supermarchés	+2,4	+3,4	-3,4	19	20
Dont enseignes à dominante marque propres (EDMP)	-2,6	+2,0	-0,4	15	15
Dont proximité	+3,6	-5,4	-0,1	5	5
Dont online	ns	ns	ns	3	3
Total Circuits spécialisés	+5,1	-6,9	-0,4	18	18