

Nouvelle baisse des achats

Évolution des achats des ménages Période P01 : du 30 décembre 2019 au 26 janvier 2020

Source : analyse CNIPT (chiffres du panel Kantar)

Tous circuits de distribution confondus, les achats des ménages enregistrent une nouvelle baisse de 5,9 % par rapport à l'année précédente sur la même période.

Les températures exceptionnellement douces sur la période (+2.2°C) ont pénalisé les achats : le poids de la météo sur les ventes est le facteur le plus impactant parmi tous les facteurs de variation, d'après une étude de modélisation menée en 2018 par le CNIPT/WeatherNews).

Sur cette période, les autres féculents ont connu une croissance des volumes achetés (+12 % sur les pâtes sèches, +4,4 % pour le riz, +2,4 % pour les pâtes fraîches). Les pommes de terre transformées, composées majoritairement de frites surgelées, progressent en moyenne de 6,8 % (en milliers d'unités). Le facteur prix des pommes de terre vendues à l'état frais, avec un prix moyen en hausse de +10 cts d'€/kg comparé aux trois précédentes années, peut intervenir dans le processus d'arbitrage. Néanmoins, le prix au kilo de la pomme de terre est bien inférieur à celui des autres féculents.

Les acheteurs ont été moins nombreux (-4,7 %) et ont réduit le panier moyen de 4 % en volume. La fréquence d'achat est en progression de 2,3 %. Les quantités achetées par les ménages sont en recul sur la quasi-totalité des circuits de distribution : -7 % dans les hypermarchés, - 6,7 % dans les supermarchés, - 8,4 % dans les circuits spécialisés... Les commerces de proximité sont les seuls à enregistrer un résultat positif : +3,2 %.

Dans la continuité des précédentes périodes, et s'inscrivant dans une tendance de fond observable depuis 4 ans, les formats en moins de 2,5 % poursuivent leur croissance : +17 %. Les autres formats de conditionnement ont reculé sur cette période (-7,7 % pour le 2,5 kg, -7,6 % pour le 5 kg...).

En cumul, depuis le début de la campagne 2019-2020, soit sur la période du 12 août 2019 au 26 janvier 2020, les volumes achetés par les ménages baissent de 4 %, par rapport à la campagne précédente.

Contact presse : Sabrina Adam – sadam@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 17
Contact information économique : Ali Karacoban – akaracoban@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 24