

Fort recul des achats

Évolution des achats des ménages du 22 février au 21 mars 2021

Analyse CNIPT (chiffres du panel Kantar)

Les achats des ménages accusent une forte baisse de 21% en volume sur la période du 22 février au 21 mars 2021 par rapport à la même période en 2020, qui bénéficiait de l'envolée des achats du premier confinement.

- Les indicateurs globaux enregistrent un résultat négatif par rapport à 2020 : une taille de clientèle en baisse de 10 %, un panier moyen en baisse de 6 % en volume, une fréquence d'achat en baisse de plus de 7 %.
- L'ensemble des circuits de distribution connaissent un recul des quantités achetées par les ménages : -22 % dans les hypers, -28 % dans les supers, -33 % dans les commerces de proximité, -22 % dans le commerce online, -17 % dans les circuits spécialisés. À noter que la baisse du drive est une première depuis mars 2020.
- La baisse des achats concerne la quasi-totalité de l'assortiment du rayon pommes de terre en grande distribution : -29 % pour le format de 2,5 kg, -22 % pour le 5 kg, - 41 % pour le vrac. Les conditionnements commercialisés entre 1 et 2 kg sont les seuls formats ayant bénéficié d'une croissance des achats (+17 % en volume).
- Le prix des pommes de terre achetées en GMS, de 0,98 €/kg en moyenne, se maintient dans la continuité des précédents mois.
- Depuis le début de la campagne 2020-2021, soit sur la période du 10 août 2020 au 21 mars 2021, les achats des ménages connaissent une croissance de 5,2 % en volume (+3,5 % en GMS), par rapport à la campagne précédente sur la même période.

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