

Nouvelle baisse des achats en octobre

Bilan des achats des ménages Campagne 2021-22 : du 4 octobre 2021 au 31 octobre 2021

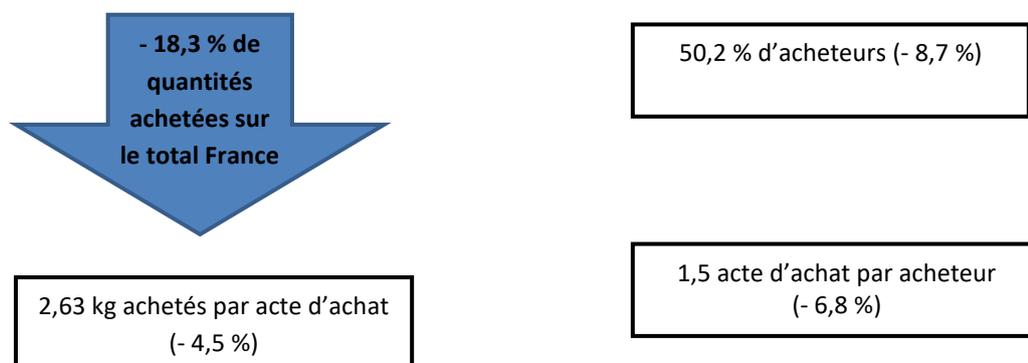
Les achats des ménages se contractent à nouveau sur la période P11, du 4 octobre 2021 au 31 octobre 2021, de 18% par rapport à l'an dernier et de 4 % par rapport à l'année N-2. Le recul des achats est observé dans l'ensemble des circuits de distribution et touche tous les formats de conditionnement. Les acheteurs ont été moins nombreux, et ce alors que les leviers promotionnels mis en place par les enseignes se sont intensifiés. Dans le détail :

- Un ménage sur deux (seulement) a acheté de la pomme de terre au cours de cette période, soit une baisse de 9% par rapport à l'année dernière (qui avait été caractérisée par un transfert d'une partie de la consommation du hors-domicile vers le domicile). Le panier d'achat baisse en moyenne de 4,5% par ménage acheteur et par passage en caisse.
- L'ensemble des circuits de distribution ont connu une baisse des achats : - 19 % sur le global GMS par rapport à l'an dernier (- 6% par rapport à 2019), dont une baisse de 19 % dans les hypermarchés, de 7 % dans les supermarchés, de 26 % dans les Enseignes à dominante marques propres, de 30 % dans le commerce de proximité et de 27 % pour le drive (qui reste malgré tout en croissance de 42 % par rapport à N-2).
- Tous les formats de conditionnement vendus en GMS ont connu, sans exception, une baisse qui oscille de - 8 % pour les petits packagings à - 23 % pour les références vendues en plus de 5 kg. Le vrac continue sa dégringolade (- 18 % par rapport à 2020 et - 18 % également sur 2019).
- La pression promotionnelle via les prospectus des enseignes, pendant cette période, a été plus importante en termes de nombre de références (+ 8 % par rapport à l'an dernier) et de visuels (c'est-à-dire d'encarts promotionnels), en hausse de 17 %. Les prix des opérations relayées dans les prospectus ont été en moyenne de 0,86 €/kg, soit une hausse de +0,14 € par rapport à 2020.
- En cumul, sur la période du 9 août 2021 au 31 octobre 2021, les achats des ménages enregistrent une baisse de 16,5% en volume par rapport à l'an dernier.

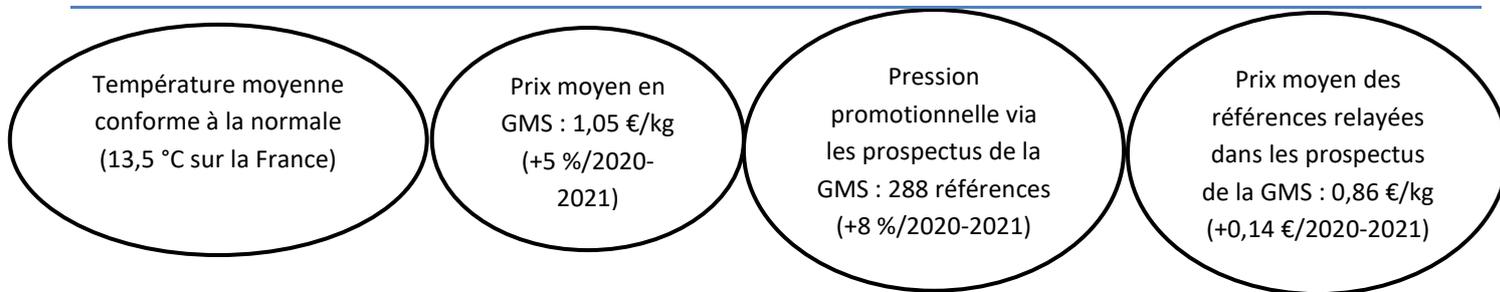
Contact presse : Sabrina Adam – sadam@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 17
Contact information économique : Ali Karacoban – akaracoban@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 24



Chiffres clés Pommes de terre fraîches (P11 : du 4 octobre 2021 au 31 octobre 2021)

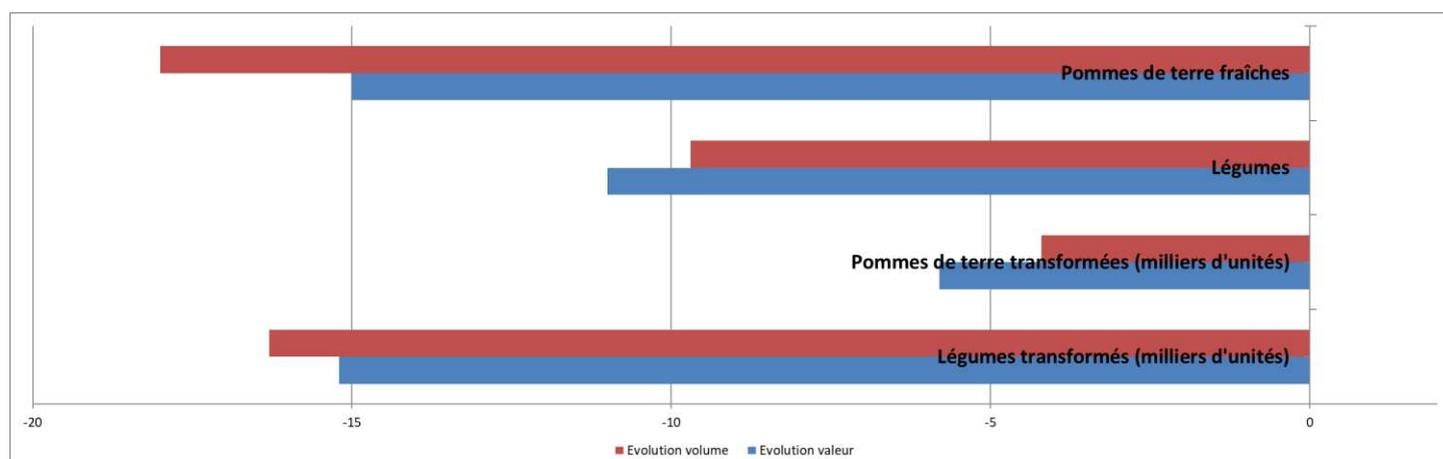


Drivers à l'achat



Evolutions par famille de produits

Evolution annuelle des achats sur la période du 4 octobre 2021 au 31 octobre 2021 vs à la même période de l'année précédente sur différentes catégories de produits (total France, tous circuits de distribution) en % :



Source des données : KantarWorldPanel pour les données de consommation ; MeteoFrance pour les températures du mois ; A3Distrib pour les données des prospectus (relayés au niveau national ou régional) de la GMS



Evolution des achats des ménages

Données sur la période du 4 octobre 2021 au 31 octobre 2021

	Quantités achetées (évolution en % vs N-1)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2021-22 vs 2019-20	2019-20	2020-21
Total France	-1,84	17,6	-18,26	-4,00	100%	100%
Total Circuits généralistes (GMS)	-1,5	16,5	-19,0	-6,0	82,2%	80,6%
dont hypermarchés	1,7	14,3	-18,8	-7,0	36,9%	36,3%
dont supermarchés	-2,3	3,0	-7,0	-4,0	19,2%	18,0%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-0,3	18,4	-26,1	-13,0	15,6%	15,8%
dont proximité	-17,4	31,0	-30,3	-9,0	5,7%	5,3%
dont online	-13,1	95,1	-27,0	42,0	4,8%	5,3%
Total Circuits spécialisés	-3,3	22,9	-15,2	4,0	17,8%	19,4%
dont détaillants primeurs	ns	ns	ns	ns	4,7%	4,7%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	ns	2,9%	3,5%
dont marchés	-16,7	28,1	-22,3	=	5,0%	5,4%
dont magasins bio	ns	ns	ns	ns	0,6%	0,6%
dont vente directe	ns	ns	ns	ns	3,5%	3,8%
dont autres spécialisés	ns	ns	ns	ns	1,2%	1,3%

ns : non significatif (taille de clientèle insuffisante, <5%)

En GMS	Quantités achetées en GMS (évolution en % vs N-1)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2021-22 vs 2019-20	2019-20	2020-21
Total pommes de terre	-1,5	16,5	-19,0	-6,0	100%	100%
Total produits conditionnés	1,2	17,7	-19,0	-5,0	92,5%	93,2%
Moins de 1 kg	10,9	-12,5	-8,1	-20,0	1,4%	1,5%
Entre 1 et 2 kg	15,4	72,5	-8,8	57,0	11,6%	17,6%
dont 2,5 kg	-7,3	13,8	-20,6	-10,0	50,8%	45,1%
dont 5kg	-17,5	33,4	-18,8	8,0	17,9%	18,6%
dont plus de 5 kg	50,9	-14,2	-22,6	-34,0	9,7%	9,4%
Autres conditionnés	17,9	-9,0	ns	ns	1,1%	1,0%
Vrac	-27,5	0,8	-18,4	-18,0	7,5%	6,8%

En GMS	Prix moyen en GMS (évolution en % vs N-1)			Prix moyen en GMS (en €/kg)		
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21	2021-22
Total Circuits généralistes (GMS)	0,4	-4,7	5,2	1,05	1,00	1,05
dont hypermarchés	0,3	-8,0	6,5	1,06	0,97	1,03
dont supermarchés	-1,4	2,9	-1,3	1,04	1,07	1,06
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-1,7	-3,0	13,8	0,92	0,89	1,01
Total produits conditionnés	-0,6	-3,5	4,6	1,01	0,97	1,02
Moins de 1 kg	18,9	6,6	-3,1	2,45	2,62	2,53
Entre 1 et 2 kg	-4,0	-15,0	6,1	1,58	1,34	1,42
dont 2,5 kg	2,9	-3,3	0,6	1,18	1,14	1,14
dont 5kg	8,2	-16,8	-0,8	0,76	0,64	0,63
dont plus de 5 kg	-8,6	-14,8	21,8	0,4	0,3	0,4
Vrac	19,9	-9,7	11,4	1,64	1,48	1,65



Evolution des achats des ménages
Données sur la période du 9 août 2021 au 31 octobre 2021

	Quantités achetées (évolution en %)			PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21
Total France	-3,0	10,9	-16,58	100%	100%
Total Circuits généralistes (GMS)	-2,5	9,1	-16,1	82,2%	80,6%
dont hypermarchés	-1,2	7,6	-13,4	36,9%	36,3%
dont supermarchés	-3,8	4,9	-19,2	19,2%	18,0%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-0,6	6,7	-17,5	15,6%	15,8%
dont proximité	-14,5	13,1	-23,4	5,7%	5,3%
dont online	-1,4	54,0	-16,3	4,8%	5,3%
Total Circuits spécialisés	-5,1	18,6	-18,6	17,8%	19,4%
dont détaillants primeurs	7,0	-4,6	-15,1	4,7%	4,7%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	2,9%	3,5%
dont marchés	-11,0	3,3	-15,0	5,0%	5,4%
dont magasins bio	ns	ns	ns	0,6%	0,6%
dont vente directe	ns	ns	ns	3,5%	3,8%
dont autres spécialisés	ns	ns	ns	1,2%	1,3%

ns : non significatif (taille de clientèle insuffisante, <5%)

En GMS	Quantités achetées en GMS (évolution en %)			PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21
Total pommes de terre	-2,5	9,1	-16,1	100%	100%
Total produits conditionnés	-1,1	9,7	-16,1	92,5%	93,2%
Moins de 1 kg	9,2	-16,7	10,7	1,4%	1,5%
Entre 1 et 2 kg	24,9	35,8	19,4	11,6%	17,6%
dont 2,5 kg	-8,4	3,7	-20,0	50,8%	45,1%
dont 5kg	-8,2	15,8	-21,6	17,9%	18,6%
dont plus de 5 kg	25,6	5,0	-30,5	9,7%	9,4%
Autres conditionnés				1,1%	1,0%
Vrac	-16,7	2,3	-15,7	7,5%	6,8%

En GMS	Prix moyen en GMS (évolution en %)			Prix moyen en GMS (en €/kg)		
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21	2021-22
Total Circuits généralistes (GMS)	9,8	-8,8	8,5	1,16	1,06	1,15
dont hypermarchés	10,4	-10,7	8,0	1,16	1,04	1,12
dont supermarchés	6,7	-6,2	11,4	1,17	1,10	1,22
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	10,6	-8,2	12,2	1,02	0,93	1,05
Total produits conditionnés	10,2	-8,8	8,5	1,12	1,02	1,11
Moins de 1 kg	18,5	10,0	-0,7	2,42	2,67	2,65
Entre 1 et 2 kg	-0,5	-8,1	-3,6	1,64	1,51	1,45
dont 2,5 kg	13,0	-7,6	3,8	1,28	1,19	1,23
dont 5kg	11,9	-14,1	4,6	0,75	0,64	0,67
dont plus de 5 kg	6,5	-16,5	15,5	0,4	0,4	0,4
Vrac	12,5	-7,8	9,0	1,70	1,57	1,71