

Des achats en recul sur novembre

**Achats des ménages sur la période P12 :
du 1^{er} novembre 2021 au 28 novembre 2021**

Les dernières données publiées par Kantar, sur la période P12 (période du 1^{er} novembre 2021 au 28 novembre 2021) sont sans surprise. Les achats des ménages enregistrent en volume un nouveau recul, dans la continuité de ce début de campagne : - 12 % par rapport à 2020 (- 7% en comparaison à 2019 sur cette même période). Ce fléchissement est observé sur la plupart des rayons d'accompagnements, tels que les légumes (- 17 %), le riz (- 8%), les légumes transformés (- 14 %) ou les pommes de terre transformées (- 3,2 %). Certes, l'automne 2020 avait été performante sous l'effet du Covid. Mais quand même, la fluidité se fait attendre au niveau du commerce.

Dans le détail de la P12 :

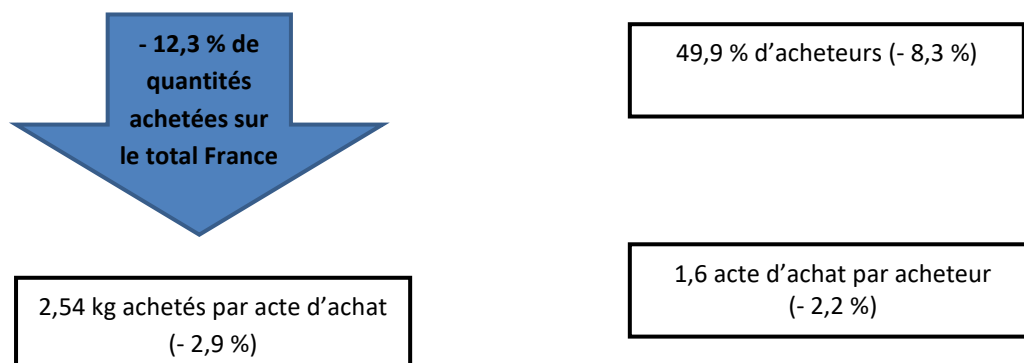
- La taille d'acheteurs de pommes de terre fraîches baisse de 8 %, avec un panier moyen d'achat à la baisse (- 3 %) et une fréquence d'achat en léger recul (- 2,2 %) par rapport à 2020.
- Tous les circuits de distribution enregistrent un recul des achats par rapport à 2020 : - 5,2 % dans les hypermarchés, - 9,5 % dans les supermarchés, - 28 % dans les circuits spécialisés. Par rapport à 2019 sur le même mois, une période antérieure au Covid donc, deux circuits se distinguent : le drive (+ 55 %) et le commerce de proximité (+ 8,5 %). Etonnamment, les Enseignes à dominante marques propres, qui intègrent des enseignes comme Aldi (dont le parc de magasins s'est agrandi avec la reprise de Leader Price), décrochent par rapport à 2019 (- 11,5 %).
- Tous les formats de conditionnement vendus en GMS sont dans le rouge à deux exceptions : les formats vendus entre 1 et 2 kg (+ 2 %) et les formats de plus de 5 kg (qui avaient fortement chuté l'an dernier), en hausse de 12 % par rapport à 2020 sur la même période.
- La pression promotionnelle via les prospectus des enseignes, a été plus forte en comparaison à 2020 : + 9 % en nombre de références, + 37 % en nombre de visuels (c'est-à-dire d'encarts promotionnels). Le niveau est cependant en deçà par rapport à 2019 (- 12 % en visuels).
- Le prix moyen des pommes de terre achetées, de 1,08 €/kg en GMS, est supérieur à 7 % à l'an dernier.
- En cumul, sur la période du 9 août 2021 au 28 novembre 2021, les achats des ménages sont en baisse de 15 % en volume par rapport à l'an dernier.

Contact presse : Sabrina Adam – sadam@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 17

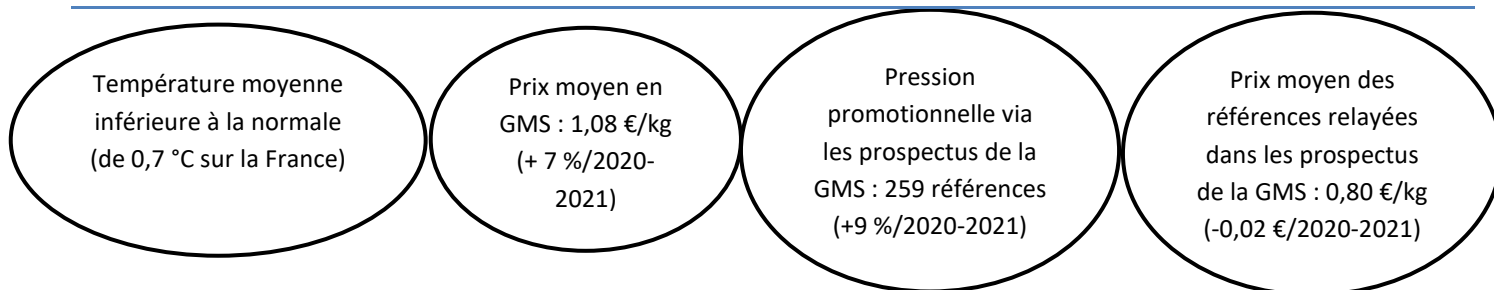
Contact information économique : Ali Karacoban – akaracoban@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 24



Chiffres clés Pommes de terre fraîches (P12 : du 1^{er} novembre 2021 au 28 novembre 2021)

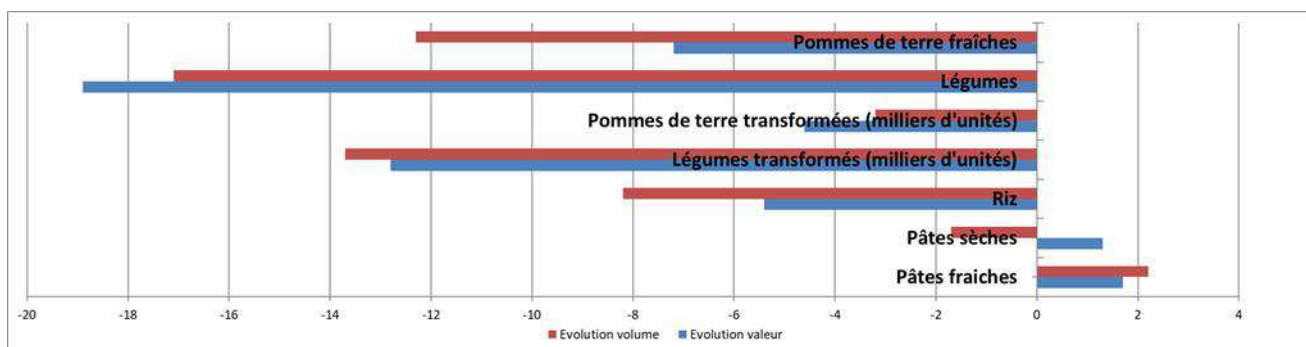


Drivers à l'achat



Evolutions par famille de produits

Evolution annuelle des achats sur la période du 1^{er} novembre 2021 au 28 novembre 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 1er novembre 2021 au 28 novembre 2021

	Quantités achetées (évolution en % vs N-1)			Evolution quantités achetées en % vs N-2	PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22		2019-20	2020-21
Total France	-1,96	6,2	-12,35	-6,87	100%	100%
Total Circuits généralistes (GMS)	-1,6	2,8	-8,2	-5,6	82,2%	80,6%
dont hypermarchés	-1,3	-7,6	-5,2	-12,4	36,9%	36,3%
dont supermarchés	-4,2	9,1	-9,5	-1,3	19,2%	18,0%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	2,2	4,9	-15,6	-11,5	15,6%	15,8%
dont proximité	-5,8	14,9	-5,5	8,5	5,7%	5,3%
dont online	-1,3	61,0	-3,4	55,5	4,8%	5,3%
Total Circuits spécialisés	-3,7	21,8	-28,3	-12,7	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	14,9	6,9	-28,0	-23,1	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		2019-20	2020-21
Total pommes de terre	-1,6	2,8	-8,2	-5,6	100%	100%
Total produits conditionnés	-0,4	4,2	-8,4	-4,5	92,5%	93,2%
Moins de 1 kg	-27,8	14,2	-6,0	7,3	1,4%	1,5%
Entre 1 et 2 kg	35,0	30,2	2,1	32,9	11,6%	17,6%
dont 2,5 kg	-5,0	-3,7	-9,3	-12,7	50,8%	45,1%
dont 5kg	-16,1	29,5	-20,9	2,4	17,9%	18,6%
dont plus de 5 kg	22,8	-29,4	12,1	-20,9	9,7%	9,4%
Autres conditionnés	ns	ns	ns	ns	1,1%	1,0%
Vrac	-14,1	-15,5	-4,4		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)	1,3	-6,8	7,3	1,08	1,01	1,08
dont hypermarchés	1,2	-3,7	5,4	1,06	1,02	1,07
dont supermarchés	3,4	-14,7	6,5	1,21	1,03	1,10
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	-5,9	-7,3	17,9	0,93	0,86	1,02
Total produits conditionnés	1,3	-7,0	7,9	1,05	0,97	1,05
Moins de 1 kg	17,3	4,7	10,3	2,23	2,34	2,58
Entre 1 et 2 kg	-0,2	-12,4	4,1	1,55	1,35	1,41
dont 2,5 kg	-0,3	-5,1	7,1	1,14	1,09	1,16
dont 5kg	6,7	-21,7	7,8	0,77	0,60	0,65
dont plus de 5 kg	-9,1	-14,0	15,2	0,4	0,3	0,4
Vrac	5,6	1,1	-0,2	1,55	1,57	1,56



Evolution des achats des ménages

Données sur la période du 9 août 2021 au 28 novembre 2021

	Quantités achetées (évolution en %)			PDM vol	
	2019-20	2020-21	2021-22	2019-20	2020-21
Total France	-2,7	9,5	-15,30	100%	100%
Total Circuits généralistes (GMS)	-2,3	7,3	-13,8	82,2%	80,6%
dont hypermarchés	-1,2	3,7	-11,0	36,9%	36,3%
dont supermarchés	-4,2	4,5	-16,5	19,2%	18,0%
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	0,1	6,2	-16,9	15,6%	15,8%
dont proximité	-11,5	11,9	-18,6	5,7%	5,3%
dont online	-1,4	56,0	-12,3	4,8%	5,3%
Total Circuits spécialisés	-4,7	19,4	-21,3	17,8%	19,4%
dont détaillants primeurs	-0,5	9,1	-23,9	4,7%	4,7%
dont grandes surf. frais	ns	ns	ns	2,9%	3,5%
dont marchés	-4,6	4,4	-19,0	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	-2,3	7,3	-13,8	100%	100%
Total produits conditionnés	-1,0	8,1	-13,9	92,5%	93,2%
Moins de 1 kg	-2,2	-9,7	5,9	1,4%	1,5%
Entre 1 et 2 kg	27,8	34,1	14,3	11,6%	17,6%
dont 2,5 kg	-7,5	1,4	-17,0	50,8%	45,1%
dont 5kg	-10,3	19,1	-21,3	17,9%	18,6%
dont plus de 5 kg	24,8	-4,2	-22,1	9,7%	9,4%
Autres conditionnés	ns	ns	ns	1,1%	1,0%
Vrac	-16,0	-2,6	-13,0	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)	7,5	-8,3	8,4	1,14	1,05	1,13
dont hypermarchés	7,9	-9,1	7,6	1,14	1,03	1,11
dont supermarchés	5,6	-8,0	10,3	1,17	1,08	1,19
dont Enseignes à dominante marques propres (EDMP)	6,2	-8,0	13,5	0,99	0,91	1,04
Total produits conditionnés	7,9	-8,4	8,5	1,10	1,01	1,09
Moins de 1 kg	18,2	8,8	1,8	2,38	2,59	2,63
Entre 1 et 2 kg	-0,3	-9,2	-1,9	1,62	1,47	1,44
dont 2,5 kg	9,5	-6,9	4,6	1,25	1,16	1,22
dont 5kg	10,4	-16,0	5,4	0,75	0,63	0,67
dont plus de 5 kg	2,4	-15,9	16,7	0,4	0,4	0,4
Vrac	10,8	-5,7	6,8	1,66	1,57	1,67