

Chambourcy, le 02/11/2010

Insight.
Innovation.
Impact.

Menaces de pénurie d'essence, climat social et consommation PGC

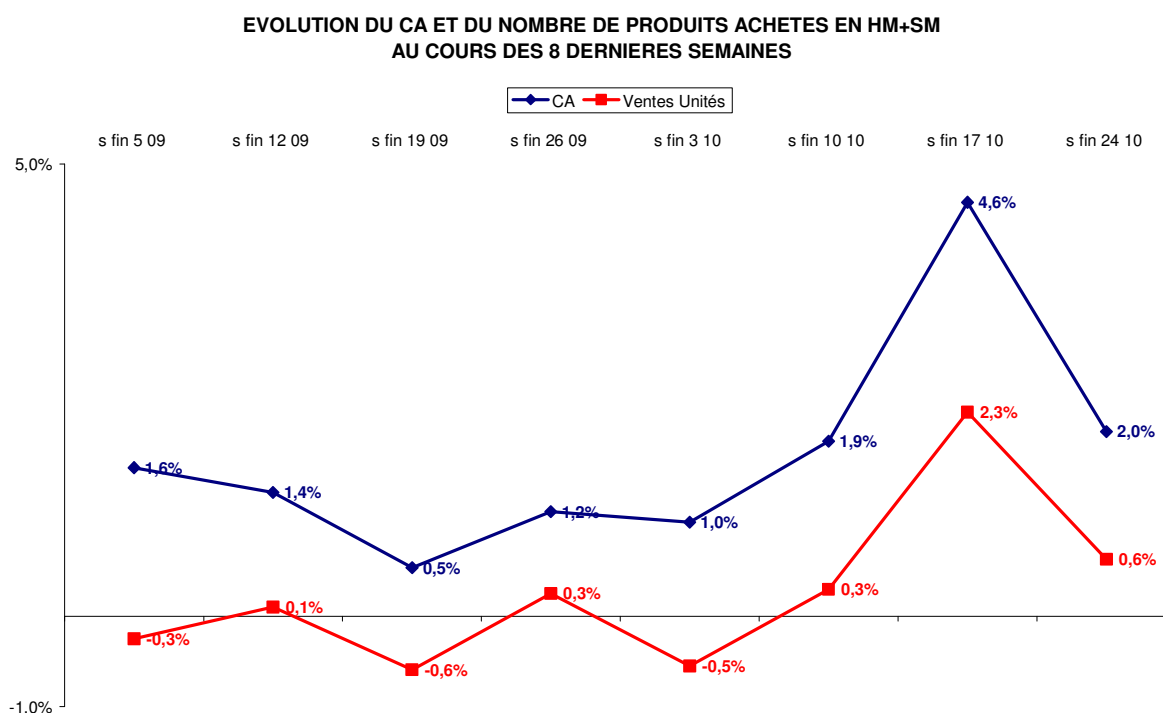
SymphonyIRI a cherché à déterminer l'impact des grèves et des menaces de pénurie de carburant sur la consommation au cours des dernières semaines.

Pour cela, nous avons examiné l'évolution des ventes en hypers et supermarchés au cours de la période de 8 semaines commençant début septembre et se terminant le 24 octobre 2010.

1) Résultats généraux

Alors que les achats en HM+SM étaient pratiquement stables en Ventes unitaires et que le chiffre d'affaires n'augmentait que de 1% durant tout le mois de septembre, l'activité a eu tendance à augmenter dès la première semaine pleine d'octobre.

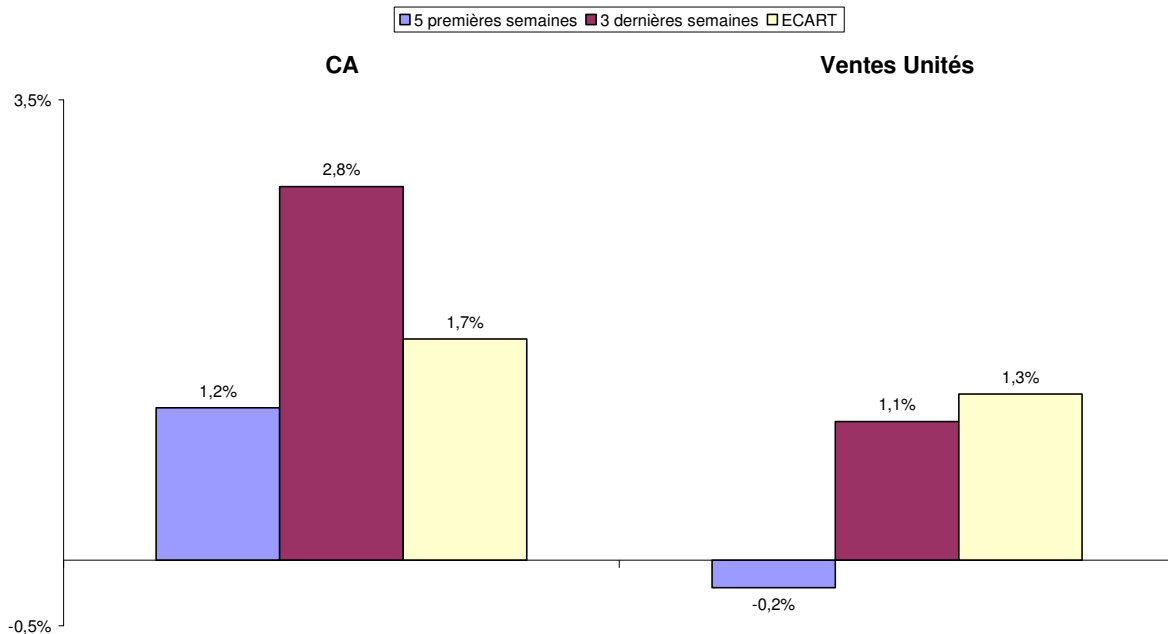
Cette dynamique s'est même accélérée au plus fort des mouvements sociaux et la consommation a continué à être particulièrement bien orientée entre le 18 et le 24 octobre.



Sur des périodes consolidées, nous aboutissons à la conclusion que les mouvements sociaux et leurs conséquences sur les problèmes d'approvisionnement en carburant ont eu pour conséquence une accélération des achats dans les grandes surfaces, certains consommateurs craignant sans doute des difficultés accrues pour les semaines à venir.

Selon l'indicateur utilisé, nous pouvons estimer que, toutes choses étant égales par ailleurs, la crise sociale s'est traduite par un bond des achats de l'ordre de 1,5%.

EVOLUTION DES MARCHES PGC AU COURS DU MOIS DE SEPTEMBRE ET SUR LES 3 SEMAINES D'OCTOBRE

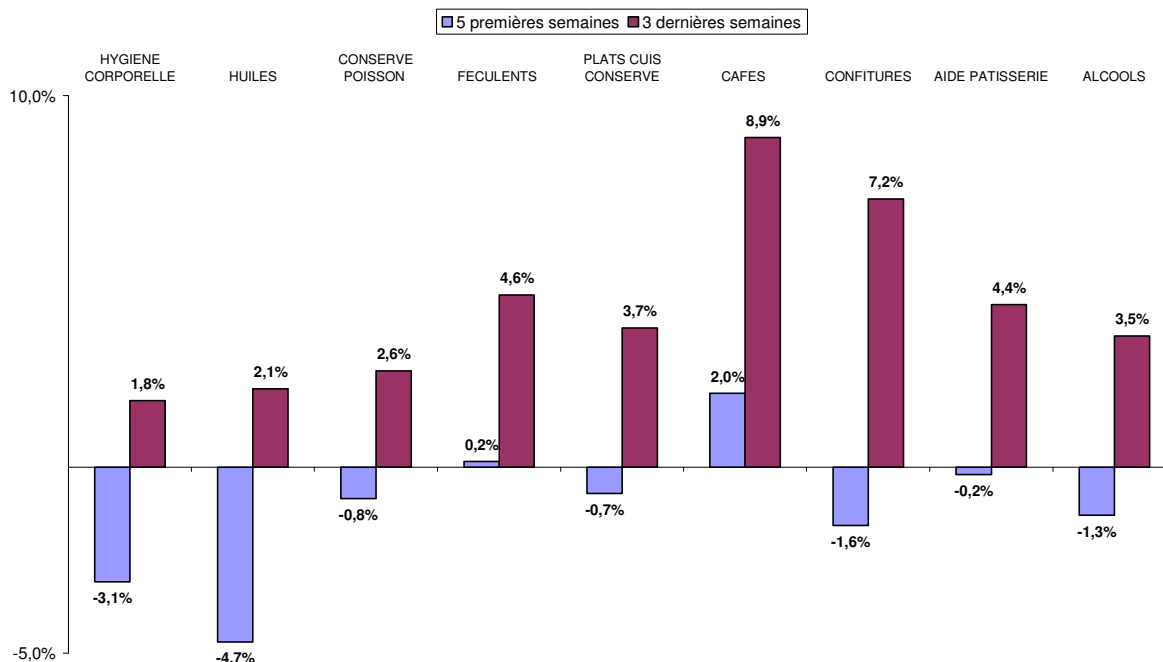


2) Les produits impactés par cet accroissement des ventes

Tous les marchés ne sont, bien sûr, pas impactés de la même manière par ces comportements d'achat.

Comme souvent en période de crise sociale ou de tension internationale (par exemple, guerre du golfe), le comportement de stockage des ménages se porte sur des familles de produits particulières. A travers ses bases de données, SymphonyIRI a identifié les principales familles concernées par « ces achats de précaution », en examinant leurs évolutions au cours du mois de septembre et sur octobre (et donc leurs changements de rythme).

LES PRINCIPALES FAMILLES IMPACTEES PAR DES CHANGEMENTS DE TREND



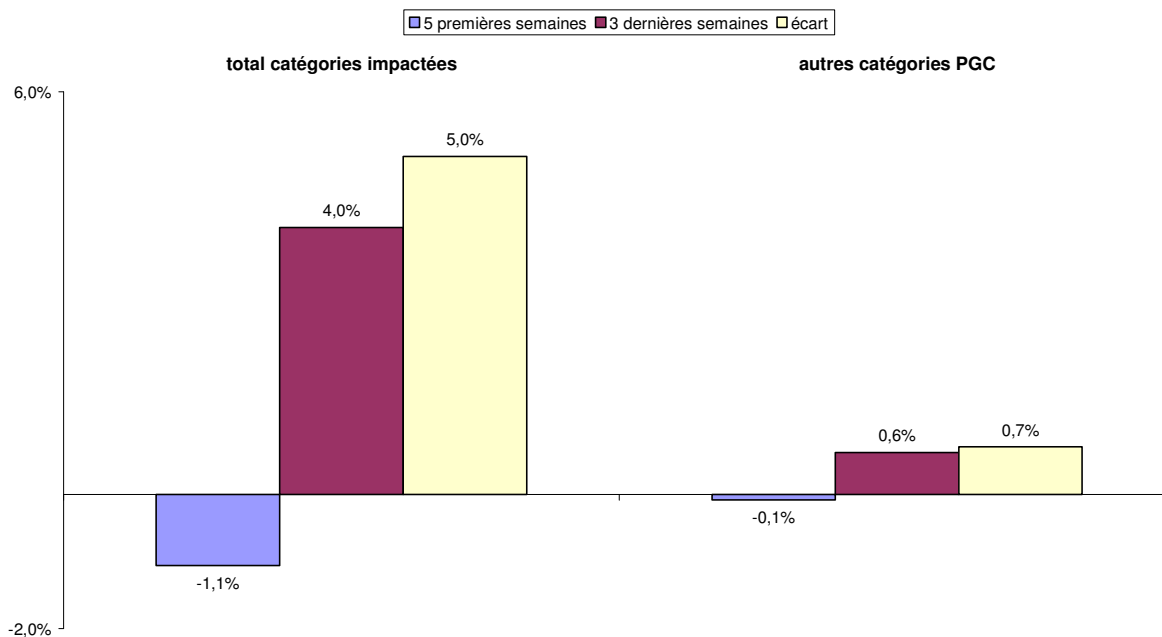
Les achats se sont donc portés sur les produits habituels, tels que les féculents, le sucre, l'huile ou le café et sur le marché des conserves.

Plus surprenant sans doute, la présence des produits d'hygiène corporelle (dentifrices, savons, gels douche) et les alcools.

Ces familles de produits voient leur rythme de croissance s'accélérer en moyenne de 5% alors que les autres familles du PGC progressent extrêmement lentement.

Elles ne représentent au total que 1/8 des achats des ménages mais elles expliquent à elles seules la moitié de la croissance d'activité sur les 3 semaines d'octobre.

CROISSANCE EN SEPTEMBRE ET EN OCTOBRE SUR LES PRINCIPALES CATEGORIES IMPACTEES



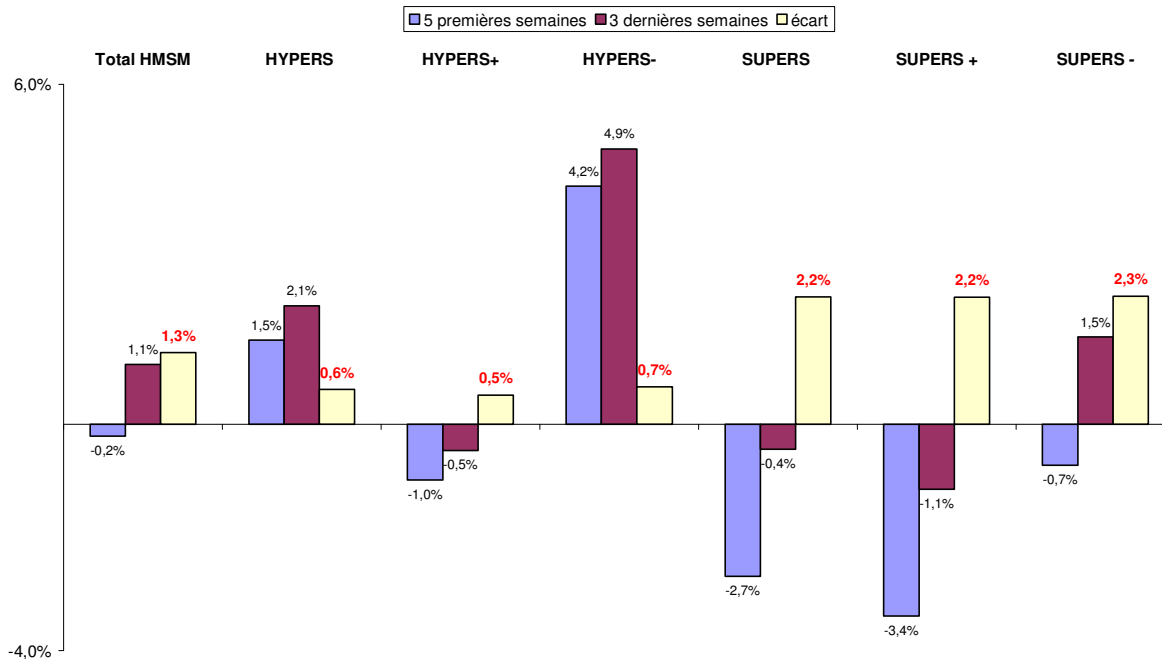
3) Les différences par circuit de distribution

Tous les formats de magasin bénéficient de ce mouvement.

On pourra noter cependant que les supermarchés (à cause peut-être des premières pénuries d'essence et de la volonté de ne pas gaspiller le carburant) profitent apparemment davantage de ce rebond de la consommation.

Ils avaient été victimes de l'atonie de la consommation en août et en septembre (en partie liée à la météo peu favorable). Ils récupèrent de leurs contre-performances de la fin de l'été grâce à cet automne socialement assez chaud.

EVOLUTION DES VENTES UNITAIRES PAR FORMAT DE MAGASIN



Pour toute question : Jacques Dupré Directeur Insight 01 30 06 24 31

=====