

Le marché des GSA

Accélération des mutations

Digitalisation, essor du bio

Réorientation vers la proximité

Les GSA atteignent leur limite

Hausse des prix

Guerre en Ukraine

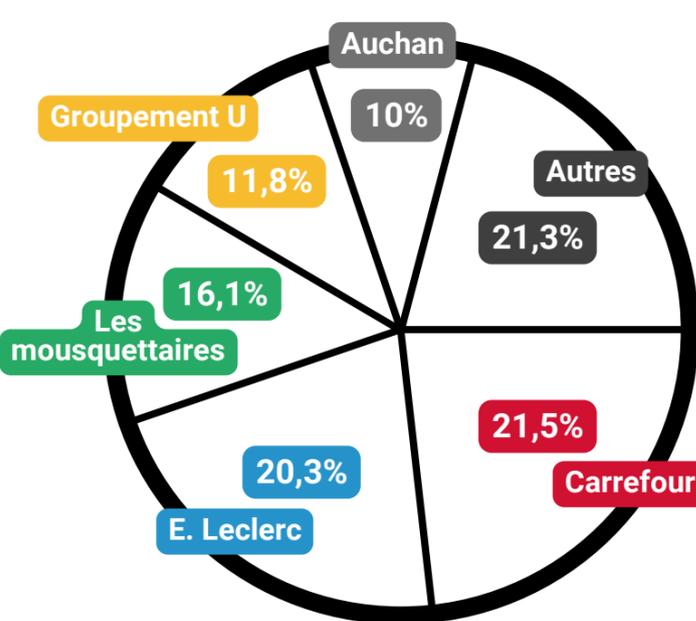
Digitalisation

Développement stratégie omnicanales

Consommateurs orientés bio et local

Toute la franchise : Marché de la grande distribution : où en est-on en 2023 ?

Part de marché des GSA



Online : +0.3 pt PDM soit 500 000 acheteurs gagnés

Proximité : +0.2 pt PDM soit une augmentation de 9,7% du trafic en PDV

EDMP (Enseigne à Dominante Marque Propre anciennement Hard Discount) : +0.1 pt PDM pris aux Super et Hypermarchés

E. Leclerc : + 0.1 pt PDM soit + 800 000 clients

Les Mousquetaires : + 0.5 pt PDM

Groupement U : + 0.2pt PDM

Etude Kantar : Tendances et consommation 2023 (du 15 mai au 11 juin)

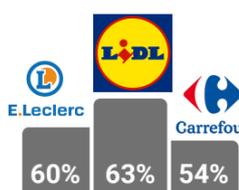
La croissance de Lidl en juin 2023



Leader sur la proximité



Leader sur l'attractivité prix



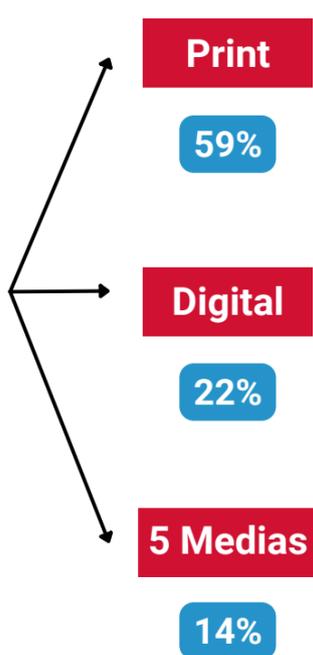
n°1 : prospectus les plus consultés



n°2 : attractivité promotionnelle

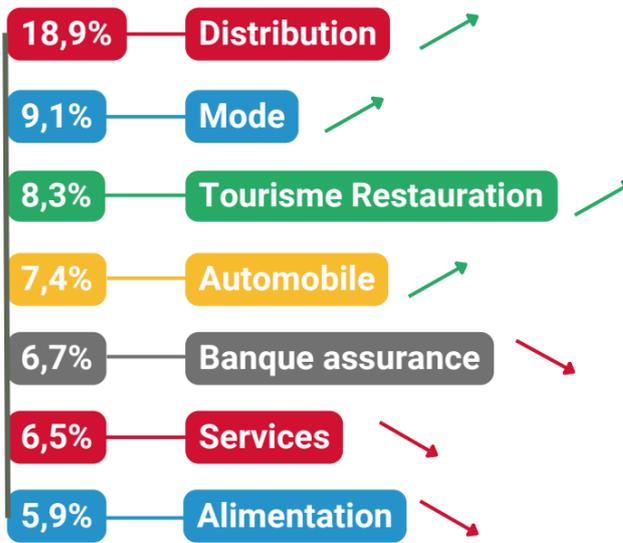
Etude Bonial : Le commerce alimentaire en 2023

Les investissements publicitaires des GSA au S1 2023



Le Top 10 représente les 3/4 du marché publicitaire

En % des investissements nets estimés cross médias*



Etude Bump : S1 2023

Digital vs Prospectus

Comment les français souhaitent être informés des prix et promotions des GSA, le digital creuse l'écart

Catalogue papier vs catalogue digital



Sur le digital

73%



En BAL

40%



En magasin

28%



86%

ont consulté un catalogue sur les 12 derniers mois



63%

ont consulté un catalogue digital sur les 12 derniers mois

Etude Bonial : Le commerce alimentaire en juin 2023