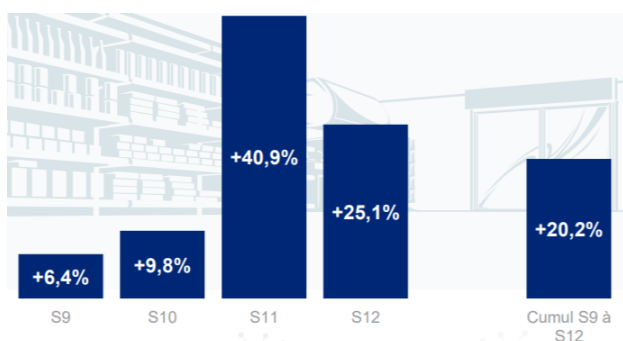


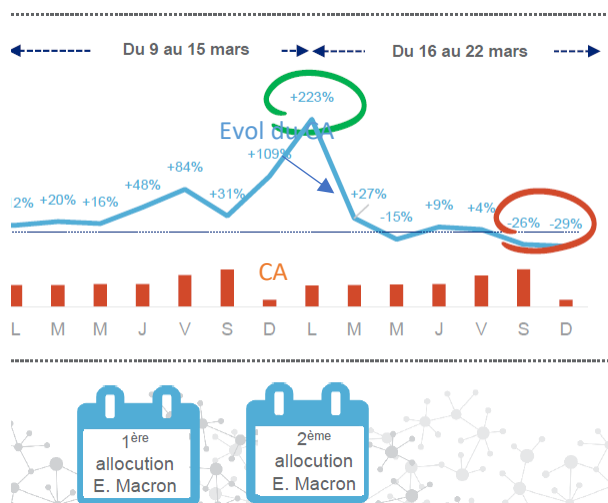
## Les ventes des PGC (Produits de Grande Consommation) en grande distribution française pendant la crise du Coronavirus

Données arrêtées au 22 mars 2020 (semaine 12 de 2020)

Evolution du chiffre d'affaires des PGC en grande distribution (hors hard discount) vs 2019



Entre les deux allocutions du Président de la République, les Français se sont précipités dans les points de vente des grandes surfaces alimentaires : les ventes des PGC ont bondi de près de 90% entre le jeudi 12 et le lundi 16 mars. Depuis, **compte tenu des mesures de confinement et des stocks accumulés chez les particuliers, les achats ralentissent** : les ventes de PGC en fin de semaine dernière (vendredi, samedi, dimanche) sont en recul : -46% par rapport à la semaine précédente et -14% vs 2019.



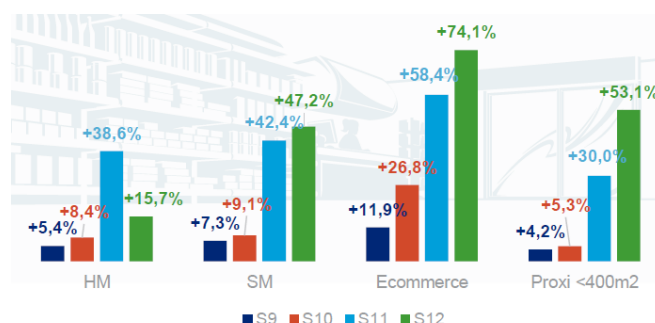
Sources : IRI

Synthèse mise à page par InterLoire avec les éléments fournis par IRI (illustrations et texte)

\*Hors vins tranquilles, univers à part des liquides et alcools pour IRI. Une synthèse du marché des vins tranquilles sera proposé prochainement.

Particulièrement bien adaptés aux restrictions de déplacement et aux respects des « gestes barrière », le **E-Commerce et également la petite proximité poursuivent, en revanche, leur développement à un rythme encore plus soutenu lors de cette 4ème semaine de crise.**

Evolution du chiffre d'affaires des PGC par circuit vs 2019



Même si les achats typiques de stockage sont toujours plébiscités, leur niveau de progression tend à se tasser. **Les shoppers prennent conscience des modifications qu'impliquent le confinement et la multiplication des repas à la maison en se tournant vers les surgelés** (toutes les catégories de surgelés salés voient leur évolution des ventes s'accélérer) **ou les produits d'entretien** (la dynamique des ventes de produits vaisselle, main et machine, par exemple, se renforce).

**Les liquides et notamment les alcools\* restent le rayon qui bénéficie le moins du pic d'achat depuis le début de la pandémie.**

Total HM-SM-eComm-Proxi	Evol CA Sem. 09 (vs S9-2019)	Evol CA Sem. 10 (vs S10-2019)	Evol CA Sem. 11 (vs S11-2019)	Evol CA Sem. 12 (vs S12-2019)	Evol CA cumul des 4 semaines
<b>Total PGC</b>	<b>6,4%</b>	<b>9,8%</b>	<b>40,9%</b>	<b>25,1%</b>	<b>20,2%</b>
<b>RAYON LIQUIDES</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-0,3%</b>	<b>15,3%</b>	<b>-2,8%</b>	<b>2,8%</b>
BIERES ET CIDRES	-2,1%	-3,0%	11,9%	2,6%	2,3%
BRSAs ET EAUX	-1,0%	2,2%	26,2%	6,0%	8,0%
SPI & EFFERVESCENTS	0,2%	-1,6%	5,7%	-16,0%	-2,8%
<b>ALCOOLS ET LIQUEURS</b>	<b>1,5%</b>	<b>0,8%</b>	<b>9,2%</b>	<b>-8,7%</b>	<b>0,9%</b>
GINS/VODKAS/TEQUILAS	5,9%	3,9%	16,1%	-13,7%	3,1%
RHUMS	8,6%	9,7%	18,7%	4,7%	10,4%
WHISKY	-0,7%	-0,9%	7,2%	-6,2%	0,0%
APERITIFS	-2,2%	-3,9%	2,9%	-7,6%	-2,7%
AMER/GENTIANE/BITTER/AMERICANO	-0,4%	5,5%	4,6%	-14,2%	-1,1%
VERMOUTH	11,4%	-12,1%	-4,0%	-18,4%	-6,5%
<b>TOTAL EFFERVESCENTS</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-2,1%</b>	<b>-50,3%</b>	<b>-14,9%</b>
CHAMPAGNE	-2,0%	-10,6%	-6,7%	-64,8%	-20,8%
VINS EFFERVESCENTS	-0,3%	-2,9%	2,6%	-35,9%	-9,0%