



dataimpact

by NielsenIQ

Benchmark de l'inflation des prix

France

Janvier 2023 vs Janvier 2022



Variation des prix

Objectif de l'analyse

Analyser les variations de prix moyens entre Janvier 2023 et Janvier 2022

Obtenir une vision des prix moyens appliqués par les enseignes sur différentes catégories

Méthodologie

- L'analyse inclut les enseignes: Auchan; Carrefour; Courses U; Intermarché et Leclerc
Total enseigne = moyenne arithmétique (sans pondération) par produit des prix standards.
- L'analyse couvre une sélection de 44 catégories
- EANS std avec DN > 10% en Janvier 2023, Janvier 2022 et Mai 2022
Les produits peuvent être différents selon les enseignes
- Plus les enseignes et les catégories ont de produits plus ils ont d'importance dans les moyennes
- Janvier 2023 VS Janvier 2022.

Nombre de produits analysés

Row Labels	Auchan	Carrefour	Courses U	Intermarche	Leclerc	Grand Total
Aliments pour chats	132	254	202	247	185	1020
Aliments pour chiens	57	155	127	152	82	573
Autres féculents	86	160	127	126	88	587
Beauté	336	1467	899	999	691	4392
Beurres	75	95	108	99	73	450
Bieres et Panaches	218	354	380	304	260	1516
Biscuits	297	511	477	492	366	2143
BRSA	300	513	436	458	469	2176
Café	157	377	333	383	289	1539
Champagnes	24	54	51	59	49	237
Conf Chocolat	52	93	87	89	50	371
Conf Sucree	97	240	243	245	181	1006
Creμες	59	86	102	85	74	406
Essuie Tout	10	18	16	8	14	66
Fromages	408	828	383	719	587	2925
Glaces	98	164	153	212	208	835
Gouters	184	398	335	324	284	1525
Hygiène	299	929	770	823	513	3334
Lait	111	191	166	198	169	835
Legumes surgelés	120	162	121	163	153	719
Lessive	83	164	146	160	131	684
Margarines	43	76	66	67	51	303
Papier Toilette	20	31	41	20	26	138
Pâtes	100	213	182	203	169	867
Pizza surgelés	20	36	36	34	40	166
Poisson surgelé	64	123	95	110	92	484
Produits d'entretien	109	270	336	300	189	1204
Riz	40	80	57	70	49	296
Sauces chaudes	78	113	112	120	98	521
Sauces condiments	162	362	364	328	274	1490
Spiritueux	191	416	364	394	319	1684
Tartinables	121	264	291	237	157	1070
Thé	46	113	91	92	79	421
Viande surgelée	35	62	30	37	45	209
Yaourts	86	128	107	121	129	571
Sucre	41	77	96	87	65	366
Tablettes de chocolat	147	230	253	233	198	1061
Chocolats saisonniers	16	34	41	27	16	134
Produits pour lave vaisselle	41	42	44	47	43	217
Huile Bio	21	44	33	34	27	159
Céréales prêts à consommer	90	182	130	164	116	682
Chips et autres produits apéritifs	281	540	508	437	332	2098
Conserves de poisson	106	276	304	310	156	1152
Conserves de légume	232	464	444	459	348	1947
Grand Total	5293	11389	9687	10276	7934	44579

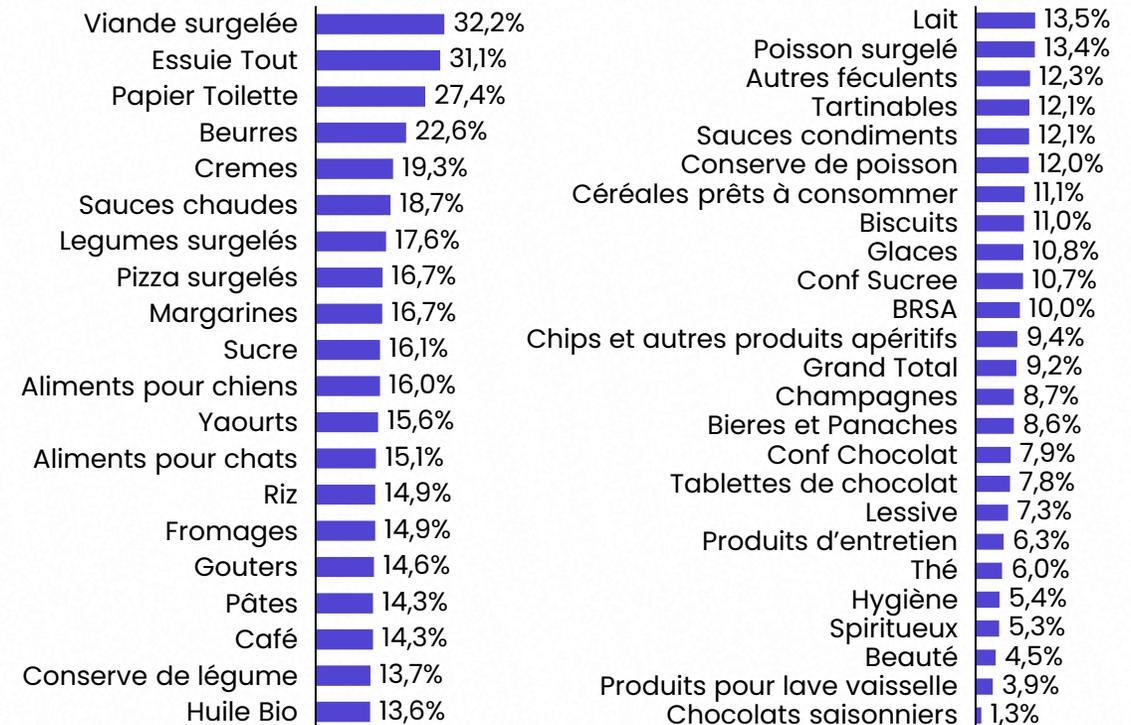
Executive Summary

Janvier 2023 vs Janvier 2022

Synthèse

- ❖ Auchan est l'enseigne avec la plus forte hausse des prix
→ +11,8%
- ❖ L'enseigne Course U a réalisé la plus faible inflation → +7,4%
- ❖ La catégorie Surgelé est la plus inflationniste +18,4% dont
+32,2% sur la viande surgelé
- ❖ La catégorie Chocolat saisonniers a la plus faible variation
→ +1,3%
- ❖ L'inflation sur la MDD est 2 fois plus importante que sur les MN

Variation des prix moyens par catégorie
Total enseigne
Janvier 2023 vs Janvier 2022



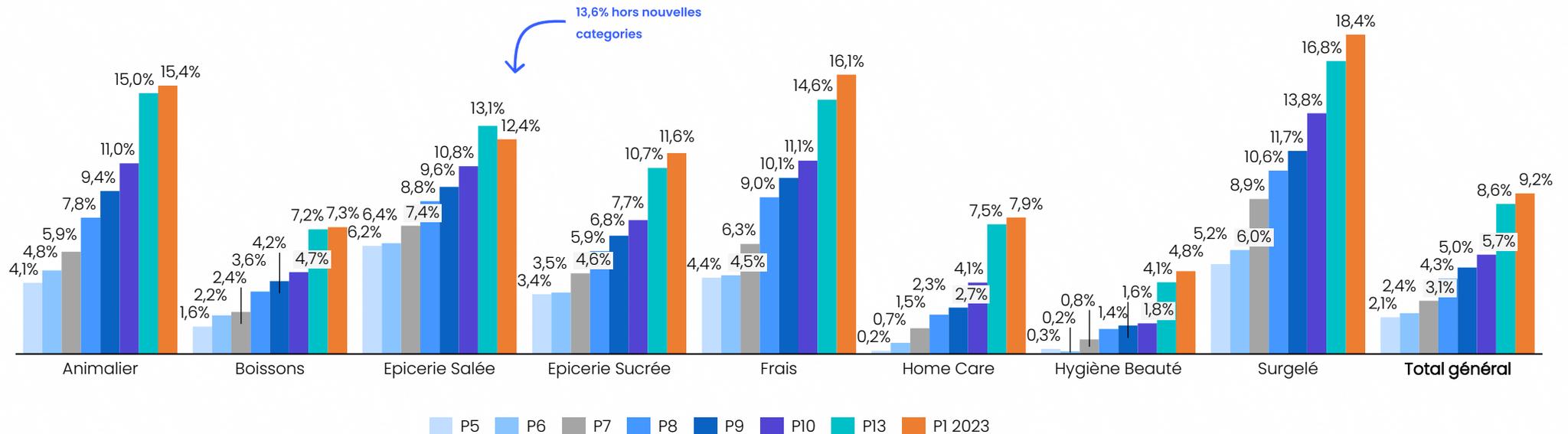
L'augmentation se stabilise (+0,4 pts vs décembre)

Le non-alimentaire est le seul marché où l'inflation est toujours inférieure à 10%, certains univers voient leurs taux diminuer.

Evolution de l'inflation par univers

Total enseigne

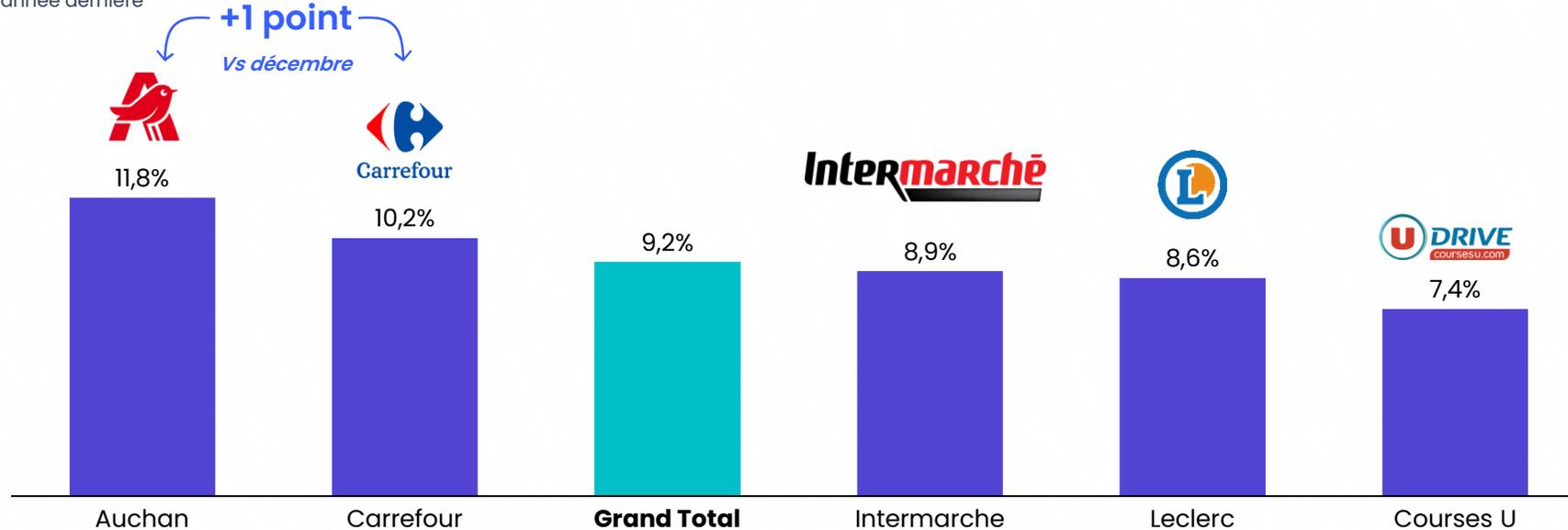
Par rapport à l'année dernière



Les franchisés sont les moins inflationnistes

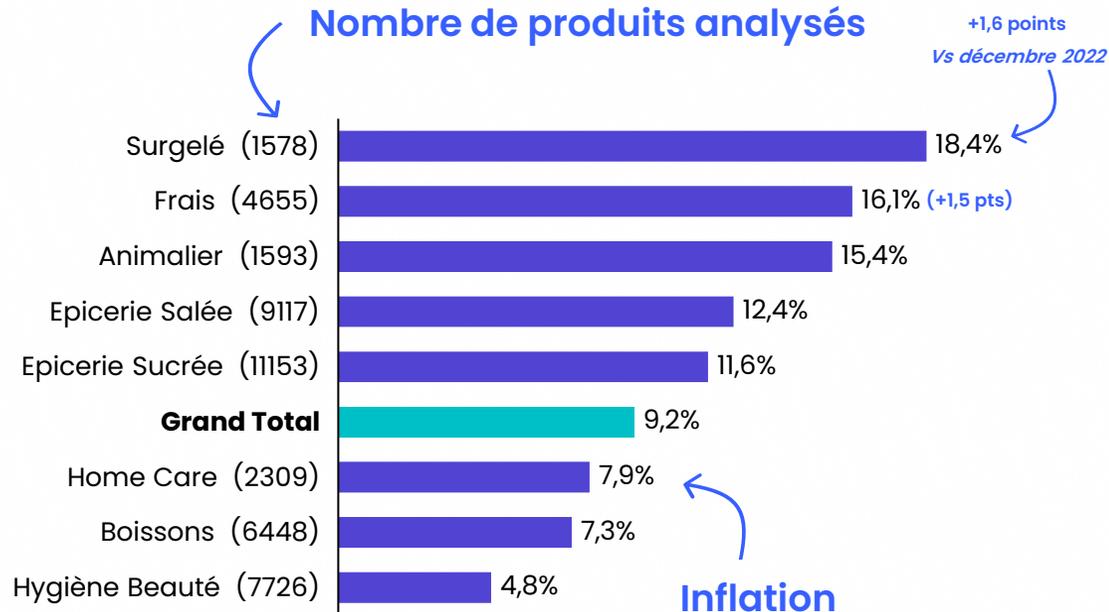
Auchan et Carrefour toujours les plus inflationnistes. La moyenne des enseignes augmente de +0,6 point par rapport à décembre.

Evolution de l'inflation par enseigne
Total enseigne – total catégorie
Par rapport à l'année dernière

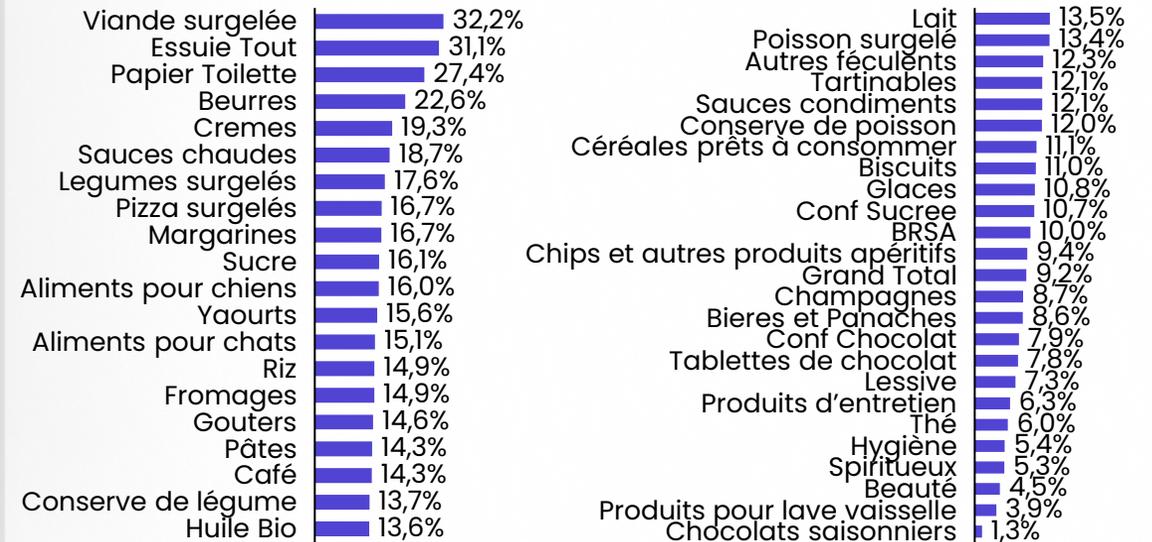


La viande surgelée et le papier les categories les plus inflationnistes

Evolution de l'inflation par Univers
Total enseigne
Janvier 2023 vs Janvier 2022



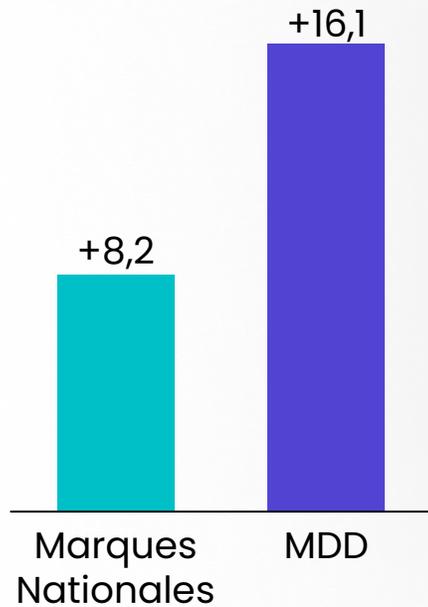
Evolution de l'inflation par catégorie
Total enseigne
Janvier 2023 vs Janvier 2022



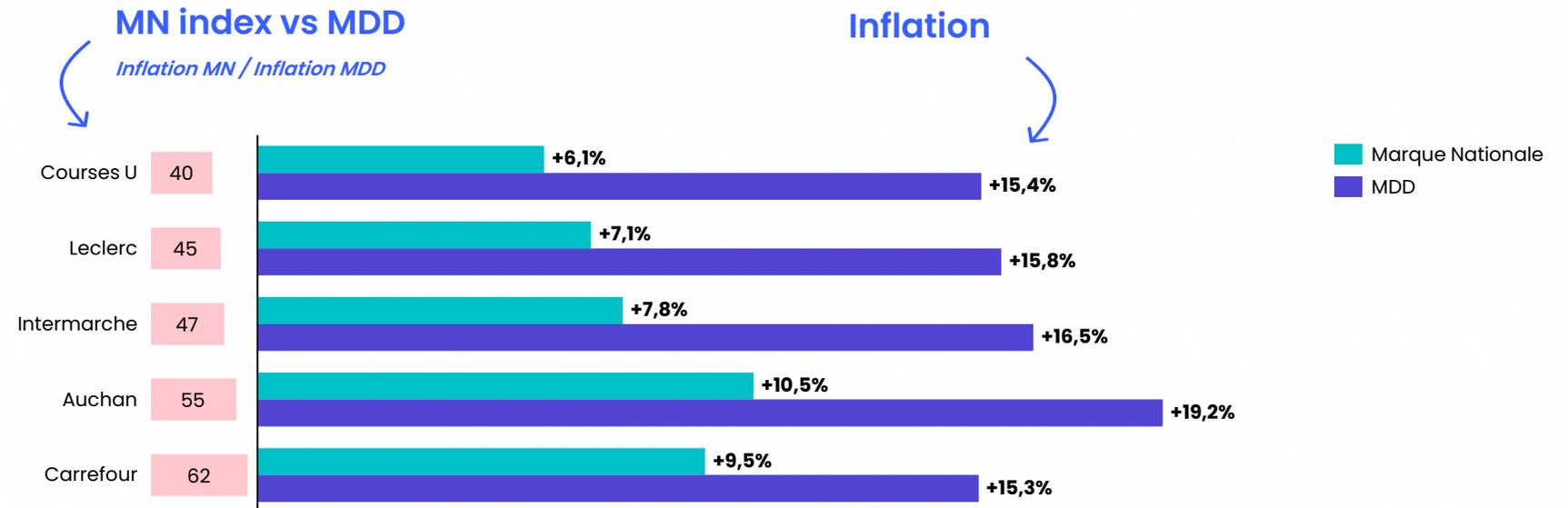
L'inflation sur les marques distributeur accélère

L'écart d'inflation entre MDD et MN (8 points) se creuse (+1pt vs décembre)

Evolution de l'inflation par type de marque
Total catégories – Total enseigne
Janvier 2023 vs Janvier 2022



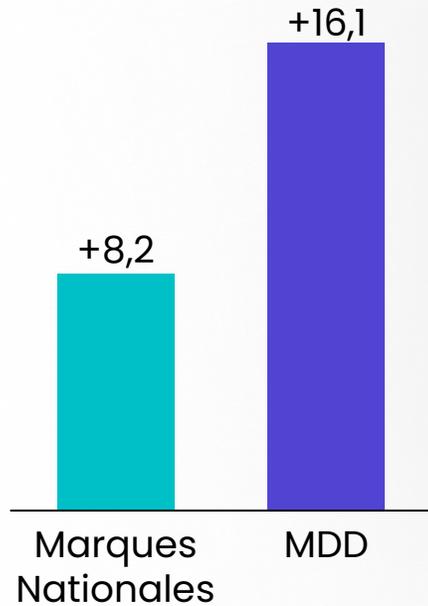
Evolution de l'inflation par type de marque
Par détailler – Total catégorie
Janvier 2023 vs Janvier 2022



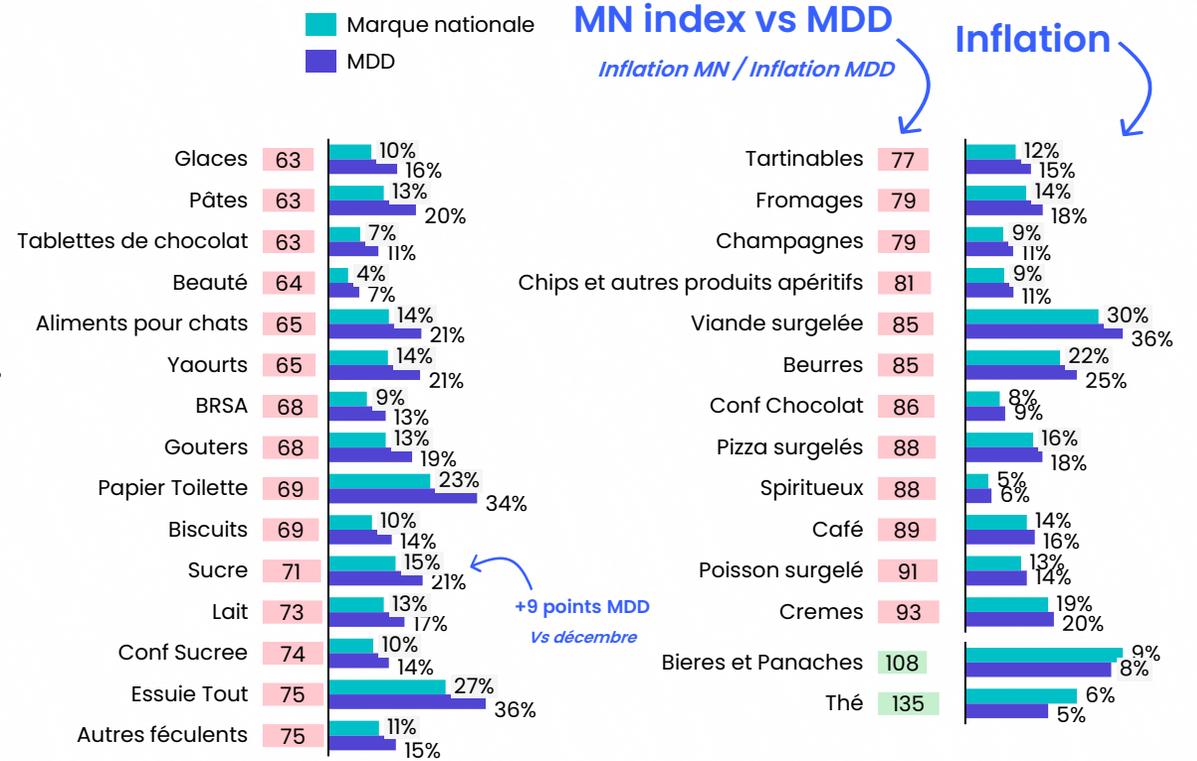
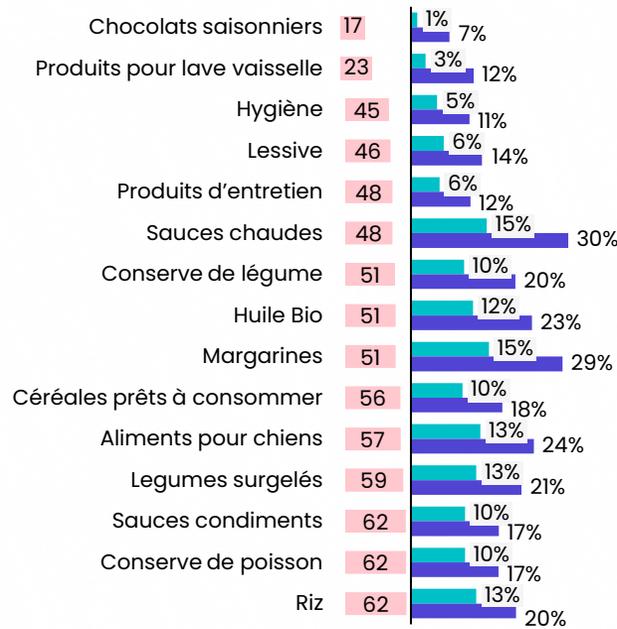
L'inflation sur les marques distributeur accélère

L'écart d'inflation entre MDD et MN (8 points) se creuse (+1pt vs décembre)

Evolution de l'inflation par type de marque
Total catégories – Total enseigne
Janvier 2023 vs Janvier 2022

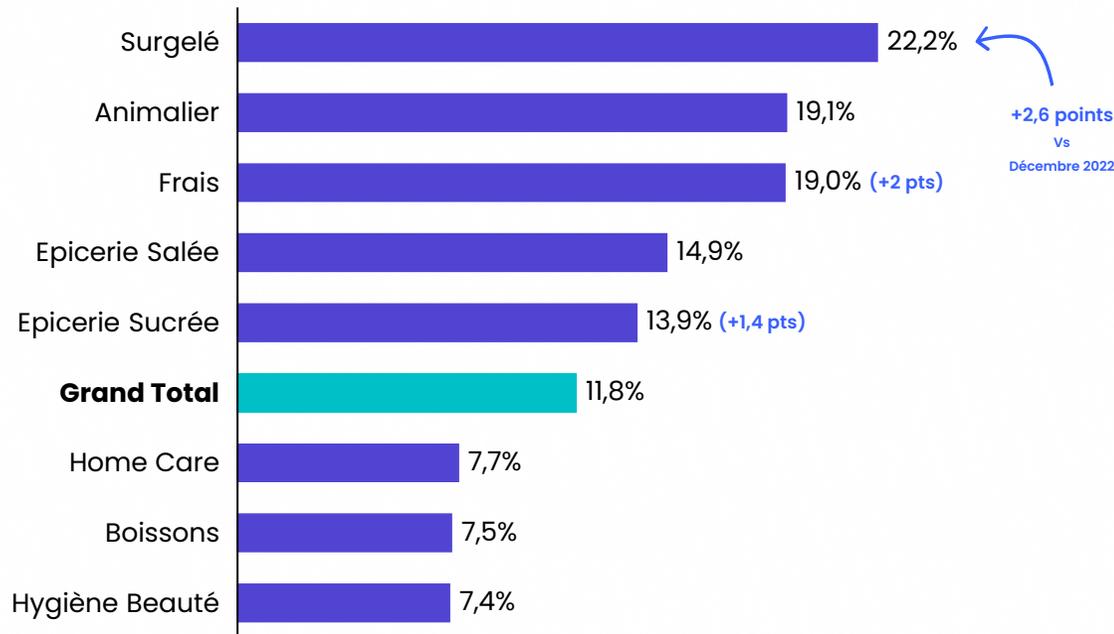


Evolution de l'inflation par type de marque
Par segment – Total enseigne
Janvier 2023 vs Janvier 2022

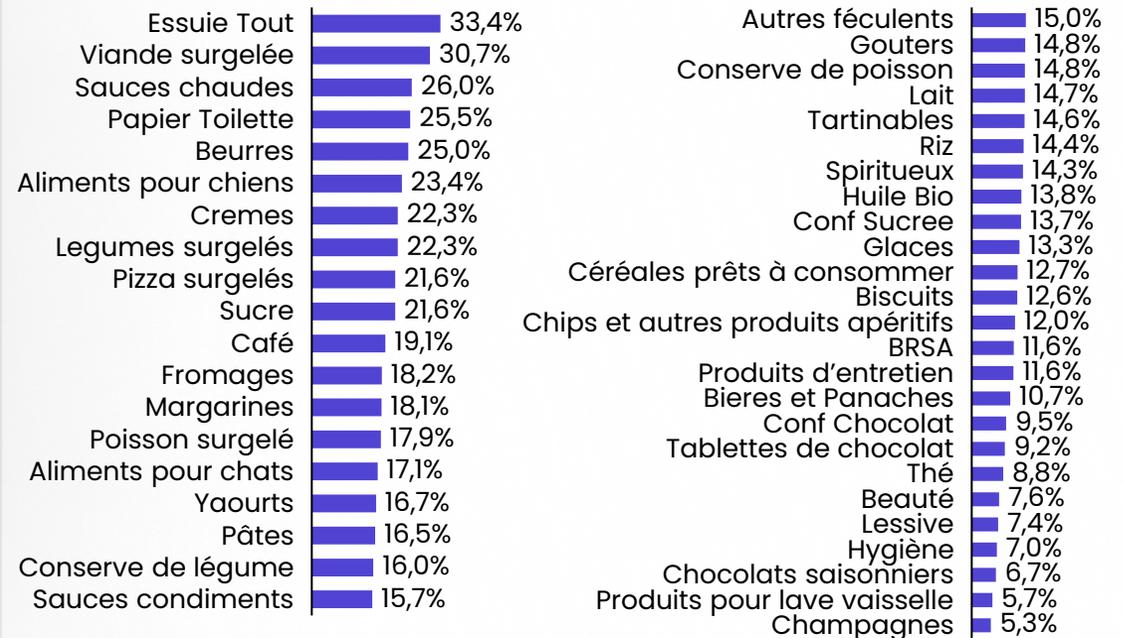


La viande surgelée et le papier les categories les plus inflationnistes

Evolution de l'inflation par Univers
Auchan
Janvier 2023 vs Janvier 2022

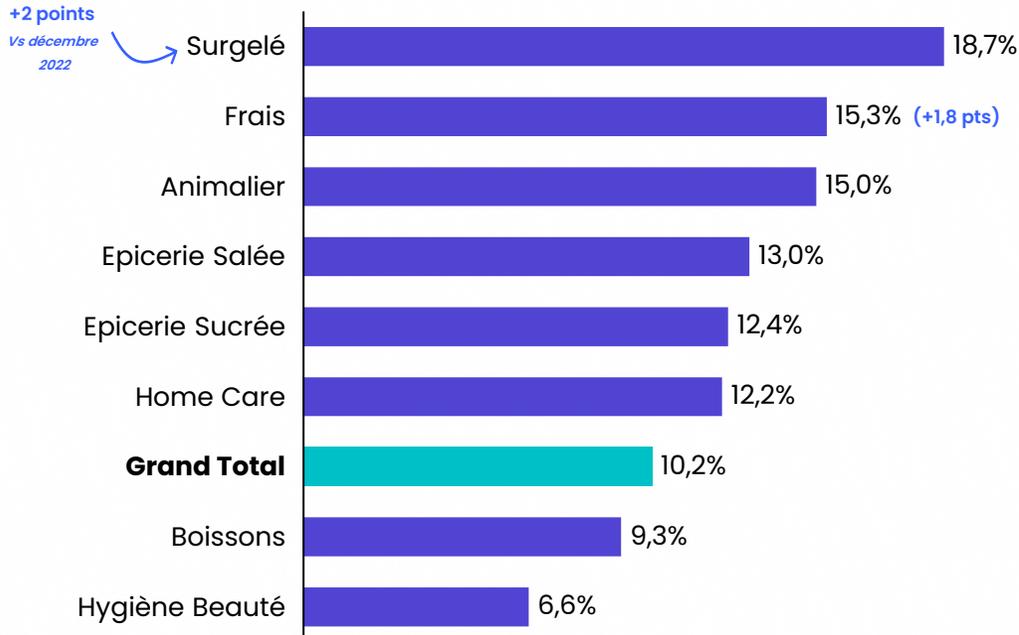


Evolution de l'inflation par catégorie
Auchan
Janvier 2023 vs Janvier 2022

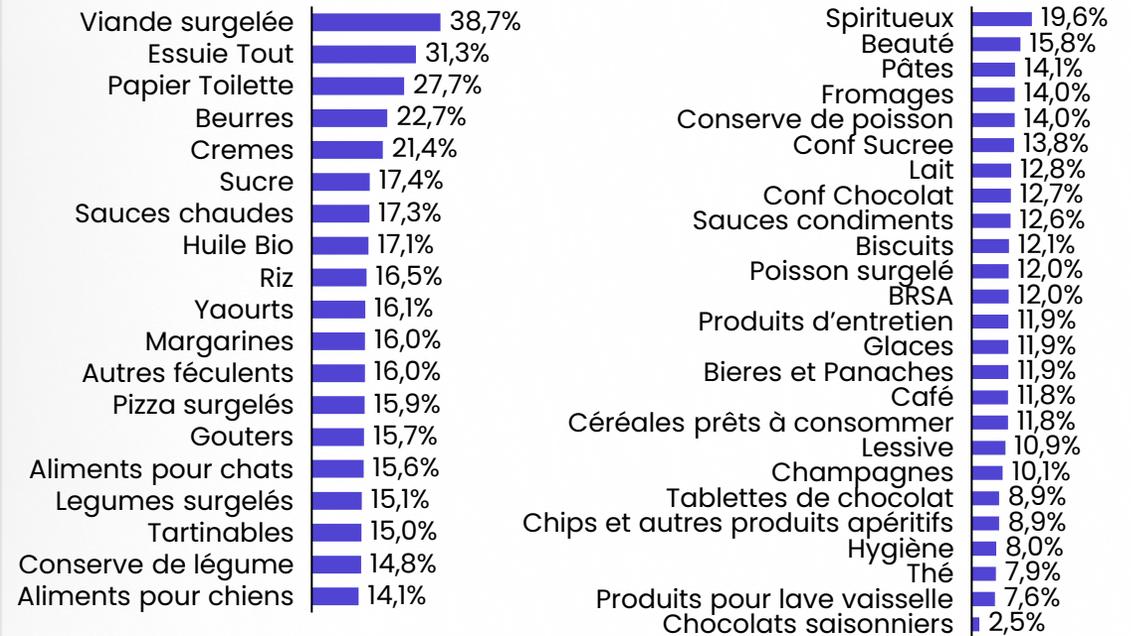


La viande surgelée et le papier les categories les plus inflationnistes

Evolution de l'inflation par Univers
Carrefour
Janvier 2023 vs Janvier 2022

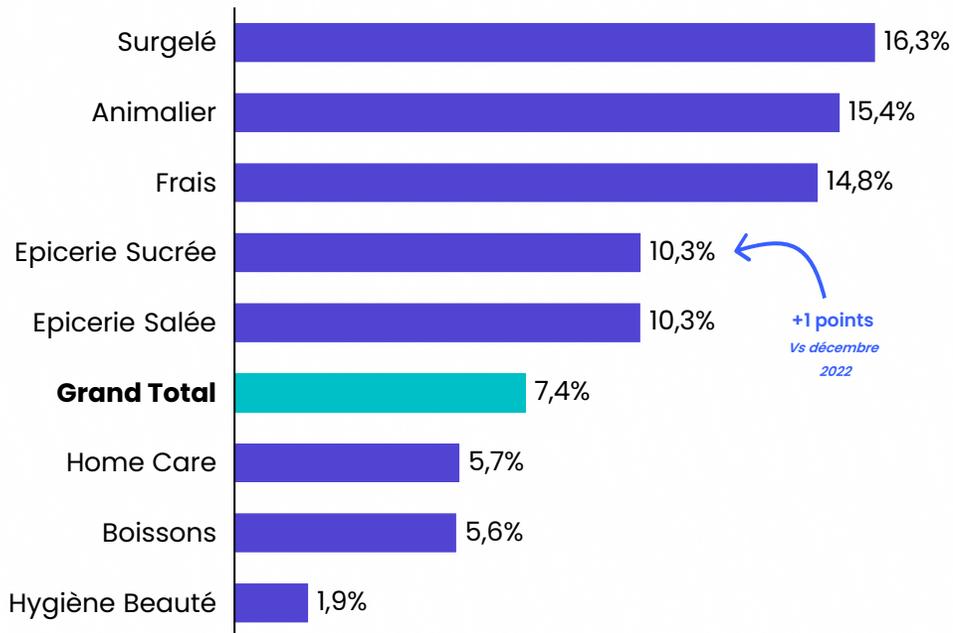


Evolution de l'inflation par catégorie
Carrefour
Janvier 2023 vs Janvier 2022



La viande surgelée et le papier les categories les plus inflationnistes

Evolution de l'inflation par Univers
Courses U
Janvier 2023 vs Janvier 2022

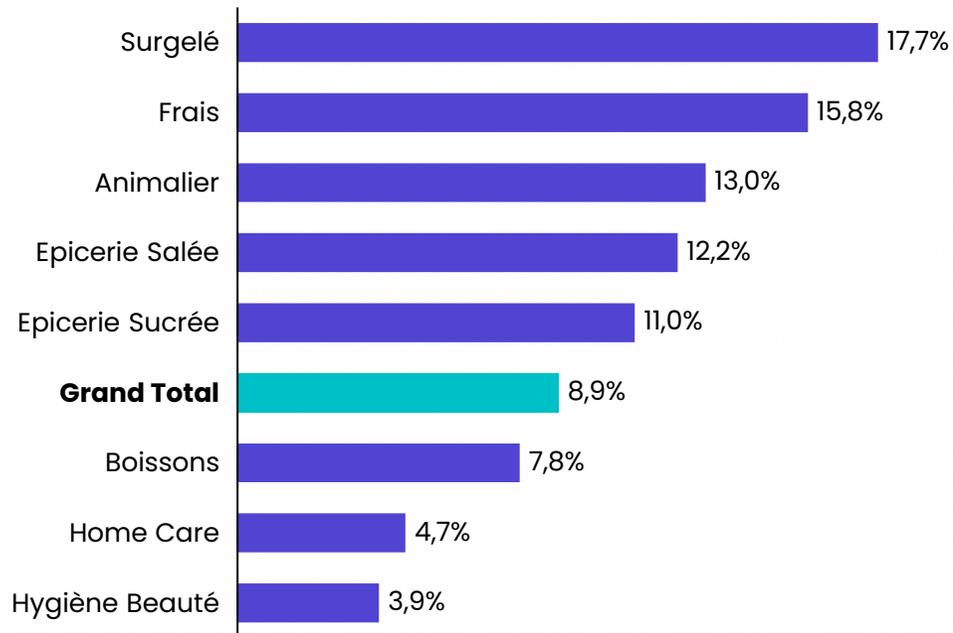


Evolution de l'inflation par catégorie
Courses U
Janvier 2023 vs Janvier 2022

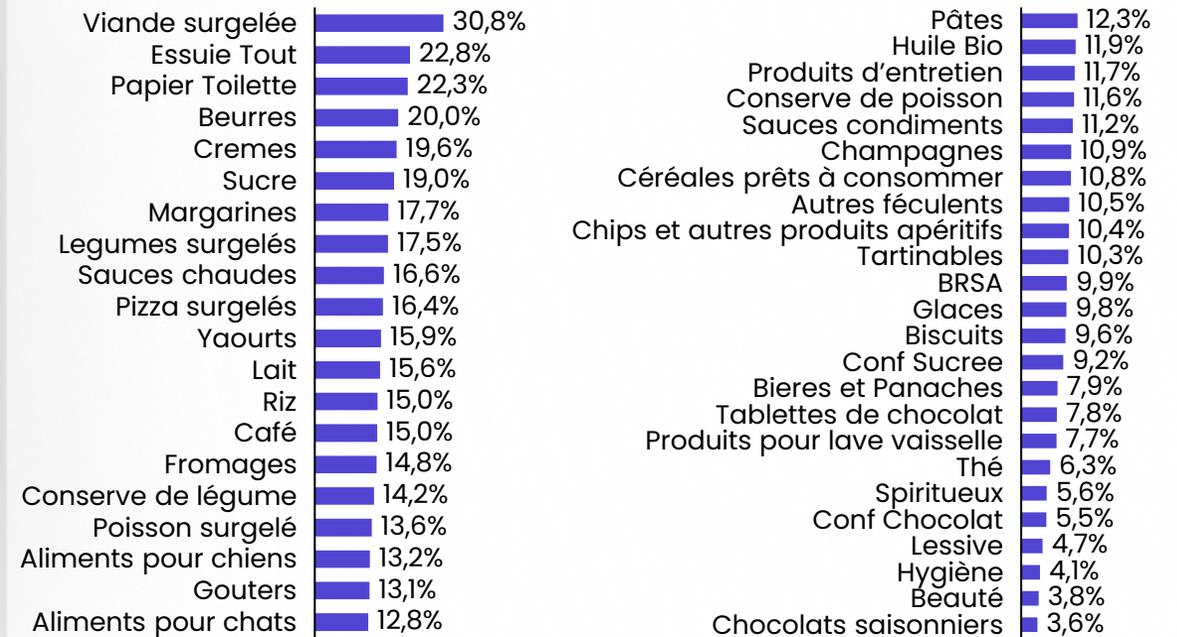


La viande surgelée et le papier les categories les plus inflationnistes

Evolution de l'inflation par Univers
Intermarché
Janvier 2023 vs Janvier 2022

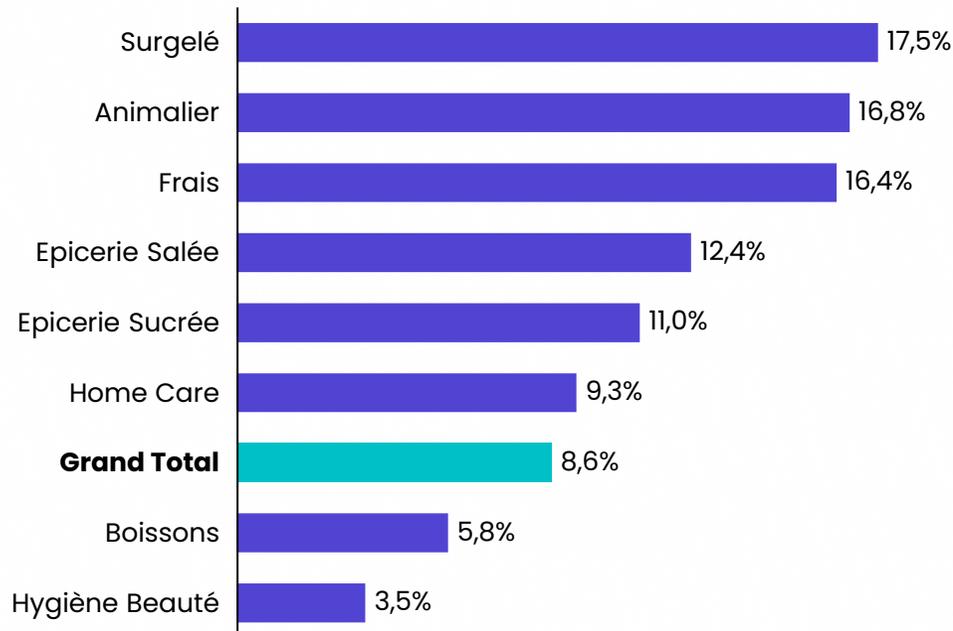


Evolution de l'inflation par catégorie
Intermarché
Janvier 2023 vs Janvier 2022

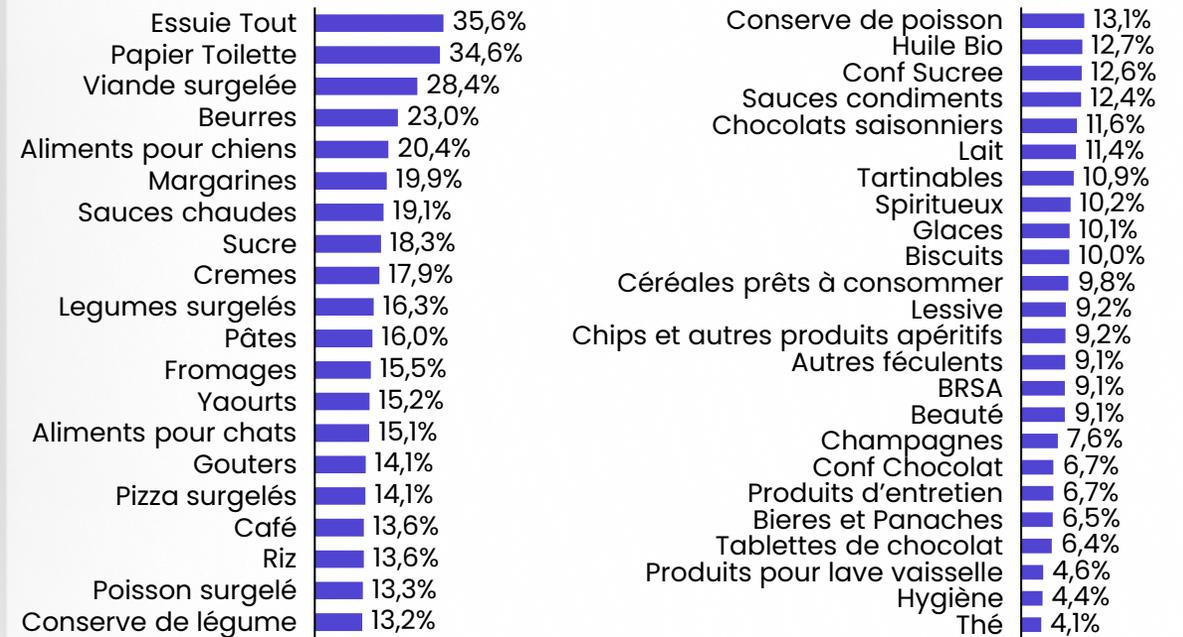


La viande surgelée et le papier les categories les plus inflationnistes

Evolution de l'inflation par Univers
Leclerc
Janvier 2023 vs Janvier 2022



Evolution de l'inflation par catégorie
Leclerc
Janvier 2023 vs Janvier 2022



Let's work together

We'd like to show you exactly how our platform's capabilities can create value for your business.

www.dataimpact.io

(+33) 1 42 51 87 08

contact@dataimpact.io

