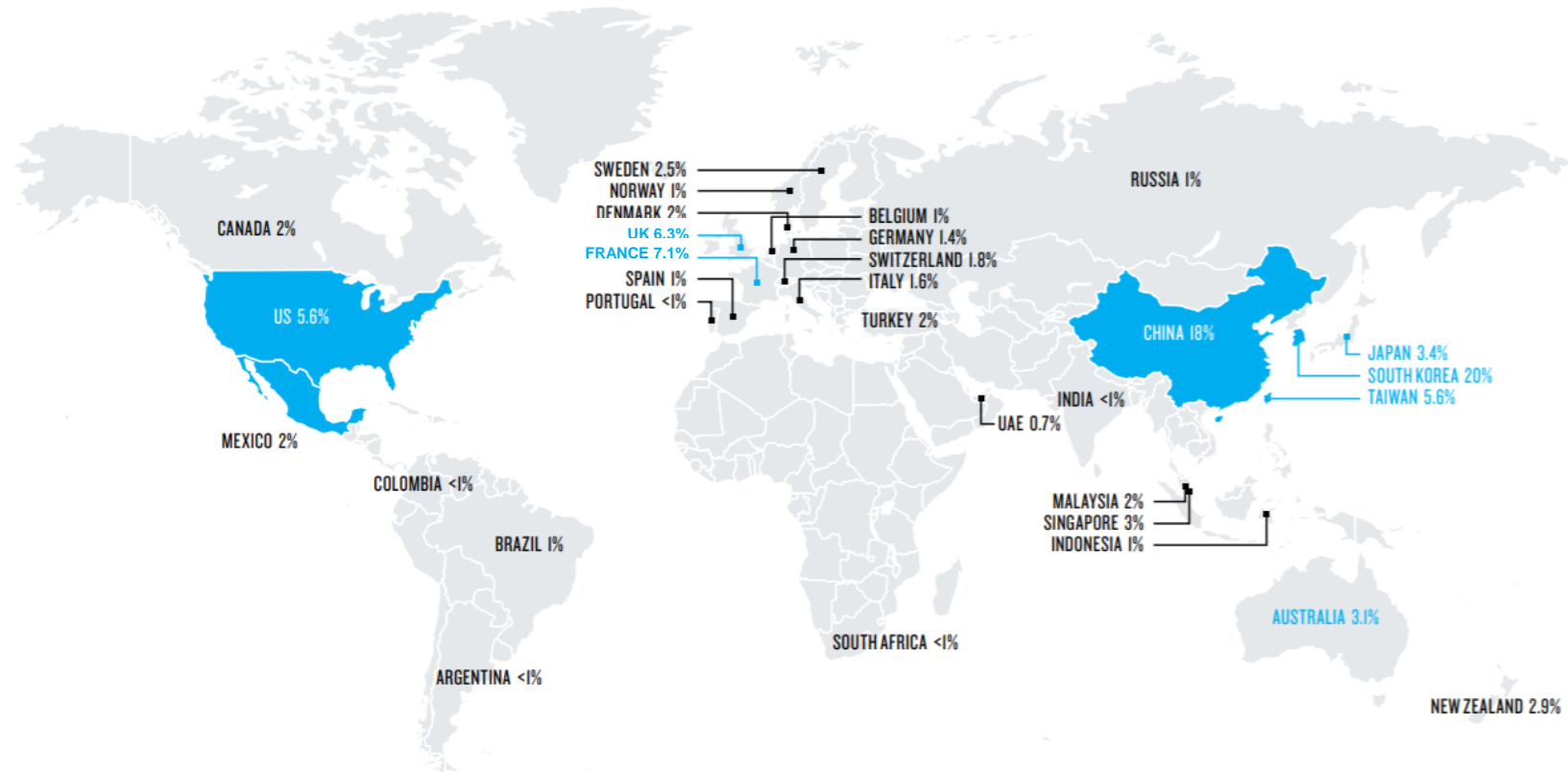




PGC ONLINE

DRIVE, DRIVE PIÉTON & LIVRAISON

LA FRANCE LEADER EN EUROPE

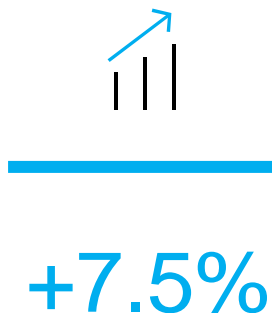


*Regions highlighted in blue indicate advanced online FMCG market conditions.

Source: Nielsen Future Opportunities in FMCG e-commerce report, September 2018

LE DRIVE : PLUS DE 7% DE CROISSANCE DE CHIFFRE D'AFFAIRES

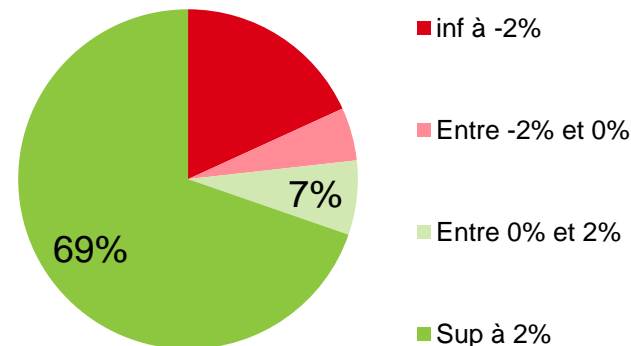
Même si la contribution aux gains est moindre en 2018



de chiffre d'affaires soit **5.7%** de part de marché

(En 2018, +7.5% en valeur et plus de 50% des gains volumes en GMS)

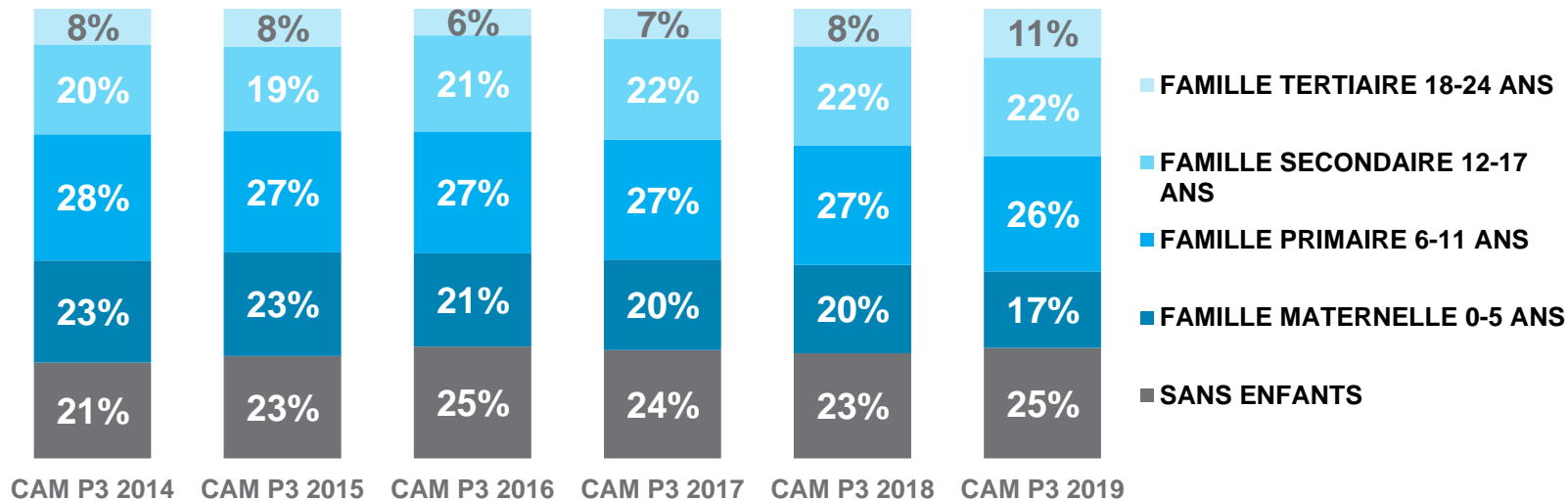
ET **DES PERFORMANCES EN HAUSSE**
POUR 2/3 DES POINTS DE VENTE



UNE CROISSANCE QUI PASSE TOUJOURS PAR LES FAMILLES

Elles représentent toujours 75% des achats valeur

%lifestage en achats valeur en DRIVE



LE DRIVE RESTE TRÈS TYPÉ JEUNES ENFANTS

Catégories sur lesquels le drive pèse + de 10% du CA en GMS



16%

Petits pots



13%

Lait infantile



12%

Changes bébé



11%

*Mono-légumes
surgelés*



10%

*Compote épicerie /
Suisses (Ultra Frais)*



10%

Produits beauté bébé

RENFORCER L'OFFRE DÉDIÉE AUX FAMILLES, MAIS SURTOUT SUR L'OFFRE ENFANTS



Un besoin de 29% de réfs Bio supplémentaires, à 10.2% de part d'offre (vs 9.3% en 2017)*, notamment **via les grands groupes**



Développer l'Ultra Frais, via les **yaourts** (+ 24% réfs) et les **Suisses** (+37%) au détriment des desserts frais

- + 13 réfs (soit +34%) de **compotes** (epicerie)
- + 13 réfs (soit +39%) de **viande LS**



Mais un assortiment suffisamment large sur

- L'alimentation infantile
- les couches
- les produits de beauté bébé

L'OFFRE PROPOSÉE EN DRIVE S'ÉTOFFE, MAIS POURRAIT ÊTRE PLUS EFFICACE



+9%

de références
proposées sur les sites
Drive en moyenne sur
le PGC+FLS



Mais seulement 4855
références vendues au
moins 1x/mois

59%

de l'offre PGC+FLS
affiche des rotations
inférieures à 1 UC/mois
(55% en 2018)

L'OFFRE PROPOSÉE EN DRIVE S'ÉTOFFE, MAIS POURRAIT ÊTRE PLUS EFFICACE...

leDRIVE
Inter**marché**

Casino drive .fr

+9%

de références
proposées sur les sites
Drive en moyenne sur
le PGC+FLS



Carrefour
drive.fr



70% des consommateurs
restent sur la page 1 de leur
recherche



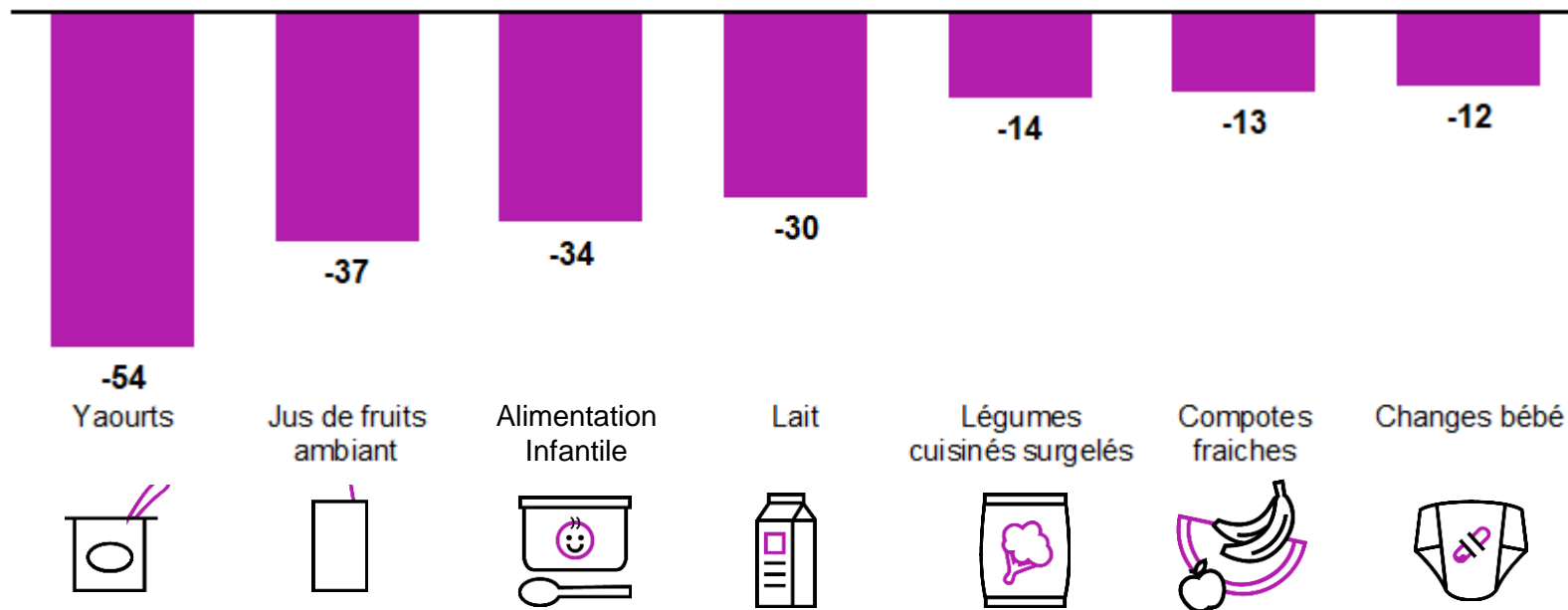
30% de variation de CA selon le
placement du produit sur la
page



50% de CA en moins pour une
référence qui passe de la page
1 à la page 2

L'OFFRE DRIVE DOIT AUSSI ÊTRE PLUS COMPLEMENTAIRE AUX MAGASINS PHYSIQUES

Evolution du nb de réfs recommandées – HM sur performants en Drive



Source Nielsen Assortman 2019

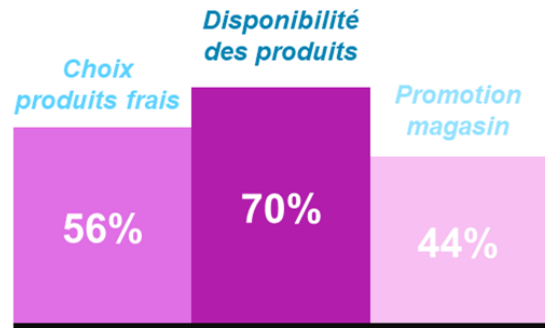
L'OFFRE DRIVE DOIT AUSSI ÊTRE PLUS COMPLEMENTAIRE AUX MAGASINS PHYSIQUES



Une offre PFT
Drive **3x plus
courte** qu'en
Hypermarchés

Pour quelles raisons fréquentez-vous encore des magasins pour faire vos courses et pas uniquement le service DRIVE ?

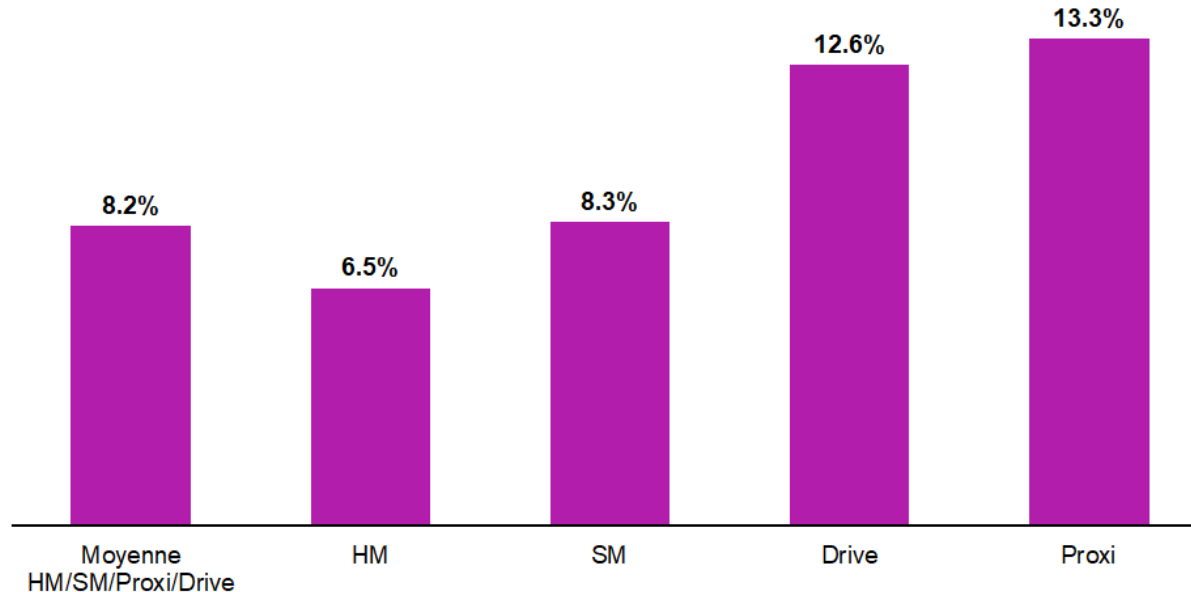
Acheteurs de Hypermarchés



MIEUX TRAVAILLER L'OFFRE POURRAIT FAIRE GAGNER 6.5% DE CA EN HM, 12.6% EN DRIVE

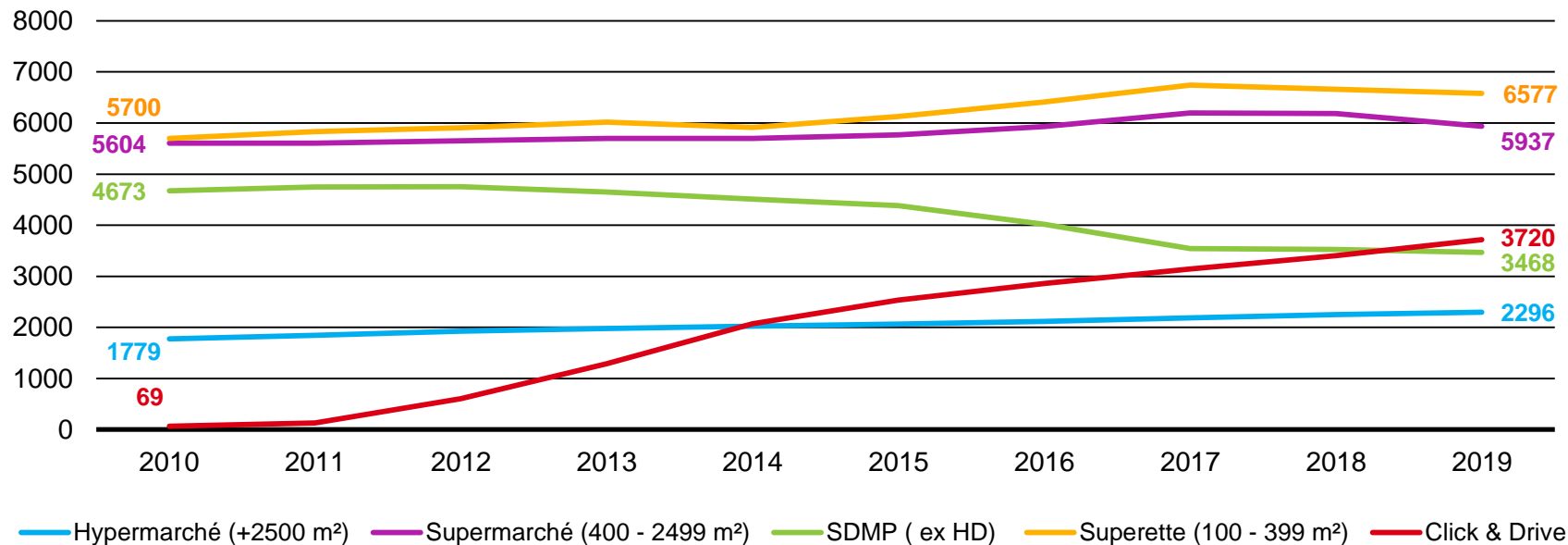
Et sans augmenter l'offre proposée

%CA additionnel pour une offre PGC+FLS optimale



LES OUVERTURES, TOUJOURS UN RELAIS DE CROISSANCE POUR LE DRIVE

Le Drive a dépassé les SDMP (discounters) en nombre de sites



Evolution sur 1 an
Mai 2019 vs 2018

+ 2%

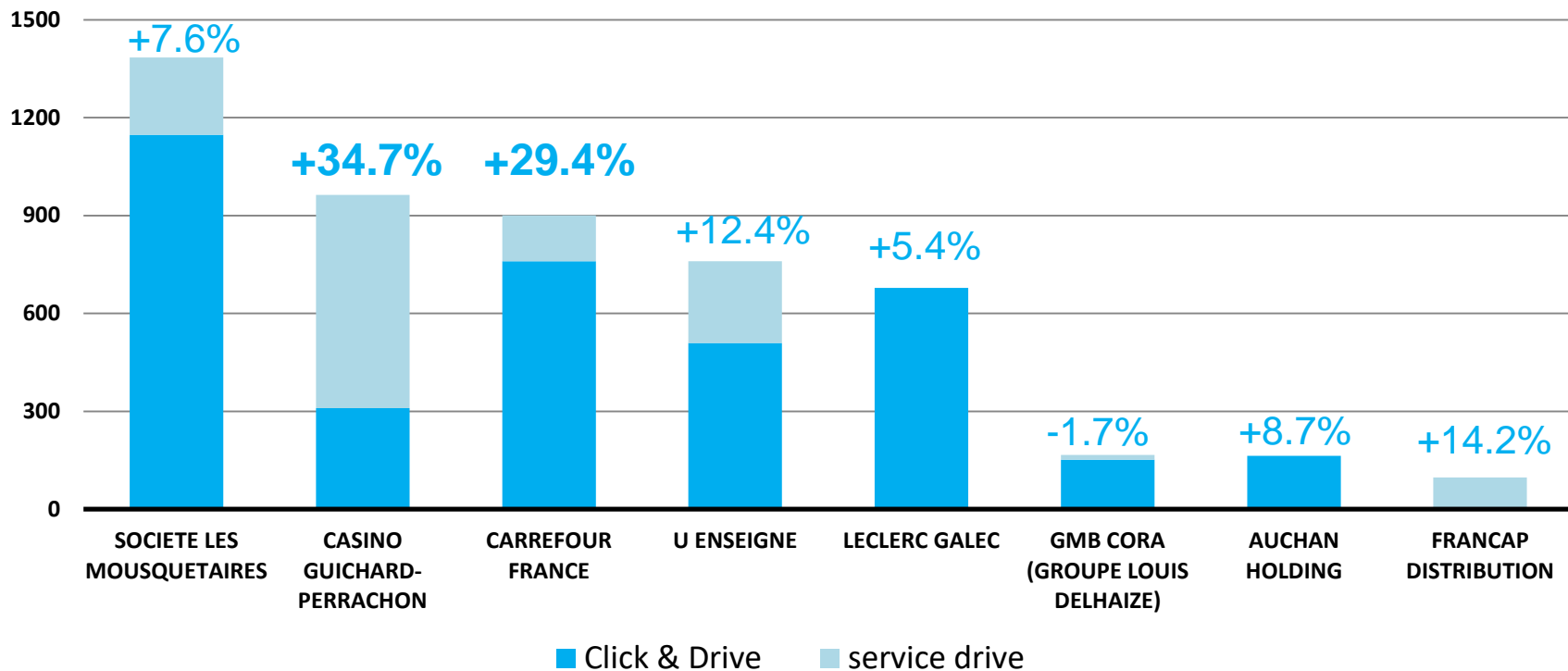
- 4%

-1.6%

-1.3%

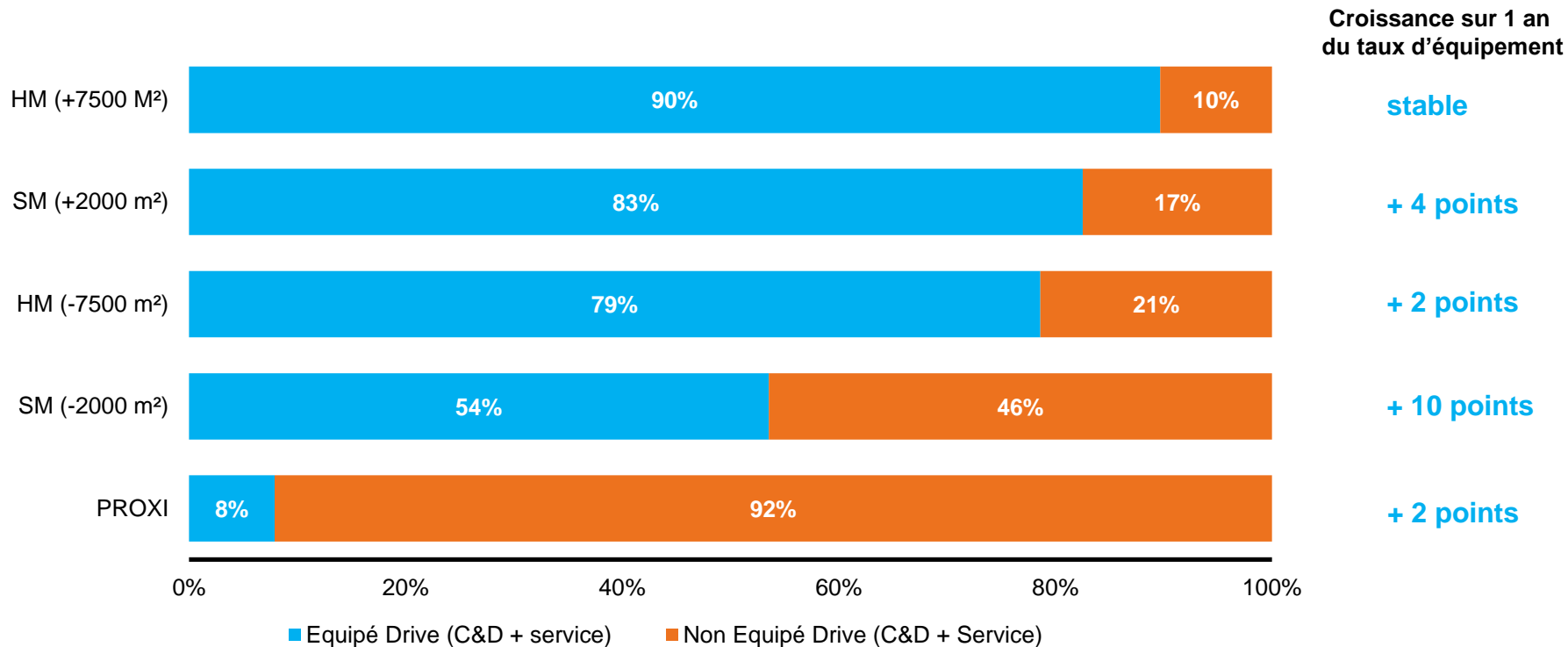
+9.3%

FORTE CROISSANCE POUR CASINO ET CARREFOUR VIA LE RETRAIT EN MAGASIN



Nombre de sites et évolution sur 1 an
Nielsen Tradedimensions – Mai 2019

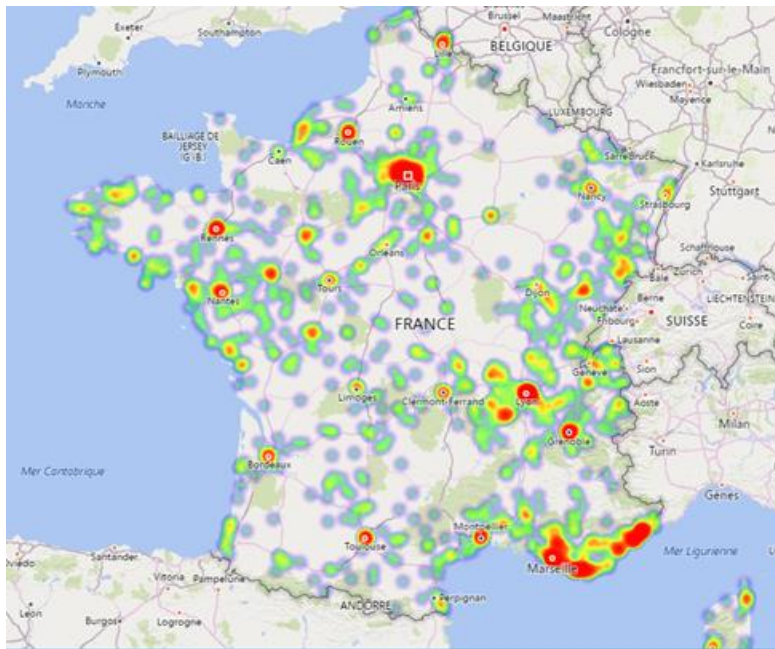
UNE CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS FORTE : 42% DES MAGASINS SONT ÉQUIPÉS EN DRIVE OU EN SERVICE DRIVE



LA DYNAMIQUE « SERVICES DRIVE »

Le service drive à l'assaut des magasins de proximité

Zones chaudes des 1 393 services drive



Création de services Drive depuis 1 an :

- 74% des magasins accueillant un nouveau point de retrait sont un magasin de -1000 m²
- 70% sont en zone urbaine

16% des services drive sont situés dans les 10 plus grandes villes de France

Seulement 4 enseignes de proxi ont au moins 20% de points de vente équipés

LE CONCEPT « DRIVE PIÉTON »

Un concept urbain et de proximité

Carte des Drives piétons



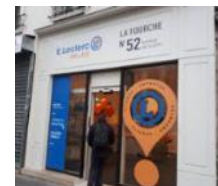
Aujourd'hui :

76 Drives piétons à l'intérieur
d'un magasin existant

28 Drives piétons en tant que site dédié

98% en zone urbaine

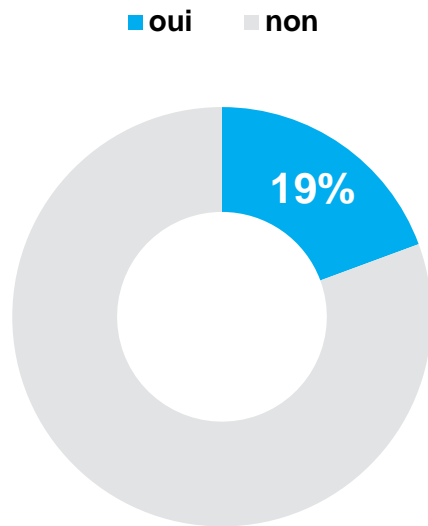
Carrefour City est à la 1^{ère} place (42% du parc), Market suit derrière (21% du parc) et Leclerc est en 3^{ème} position avec son concept « site dédié » (16% du parc)



UN PHÉNOMÈNE ENCORE DE NICHE

19% de notoriété et 15% de consommateurs intéressés

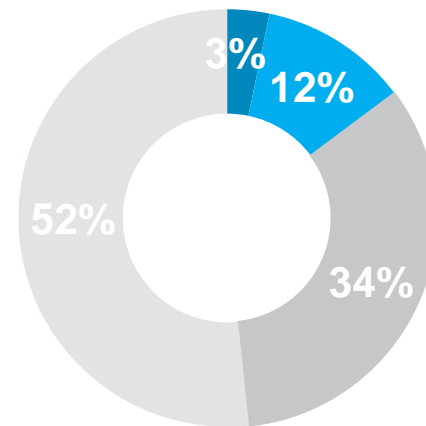
Connaissez-vous le drive piéton ?



Etes-vous intéressé(e) par ce type de service ?

(question posée à tous les foyers qu'ils connaissent ou non ce service)

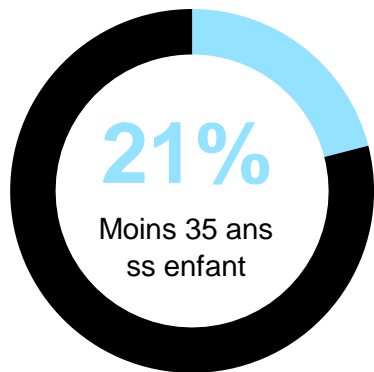
■ Très intéressé ■ Intéressé
■ Peu intéressé ■ Pas du tout intéressé



DES INTÉRESSÉS JEUNES ET URBAINS

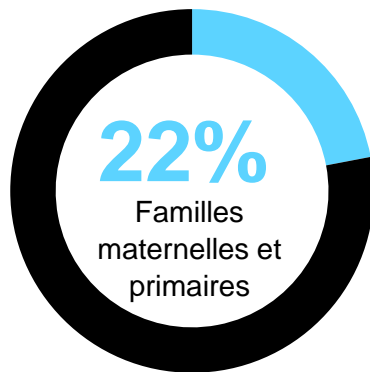
Des profils semblables au Drive Classique, à la différence que le Drive piéton touche une cible plus urbaine :
les acheteurs de Drive classique ont un indice 117 en zones rurales vs 72 sur Paris-banlieue.

Qui sont les intéressés au concept Drive piéton ? (indice vs la moyenne France)



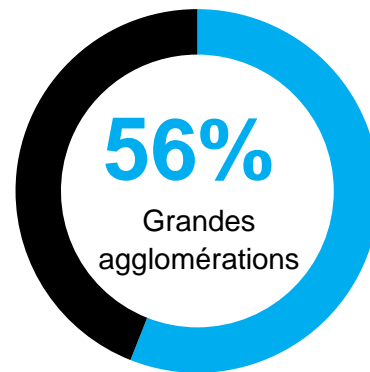
209

INDICE VS TOTAL FRANCE



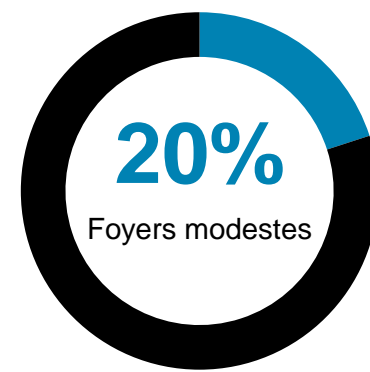
137

INDICE VS TOTAL FRANCE



134

INDICE VS TOTAL FRANCE



142

INDICE VS TOTAL FRANCE



UN NOUVEAU CONCURRENT POUR LA PROXIMITÉ



Top 3 des avantages du drive piéton

57% des consommateurs y voient un moyen de gagner du temps

40% d'entre eux pensent mieux maîtriser leur budget via le Drive piéton

13 652 réfs



dans un Drive piéton E.Leclerc

LE DRIVE EST AINSI DEvenu MULTI-CONCEPTS

Données
au
01/05/2019

Click & Drive
Espace dédié
3 720 sites

5 113 sites

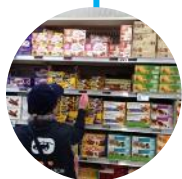
Service Drive
Au sein d'un magasin
1 393 magasins alim

Accolé
3 206 sites

Déporté/ solo
484 sites

Point de retrait dédié
(drive piéton)
28 sites

Point de retrait
Au sein d'un magasin existant
dont drive piéton → 76 sites



Accolé picking

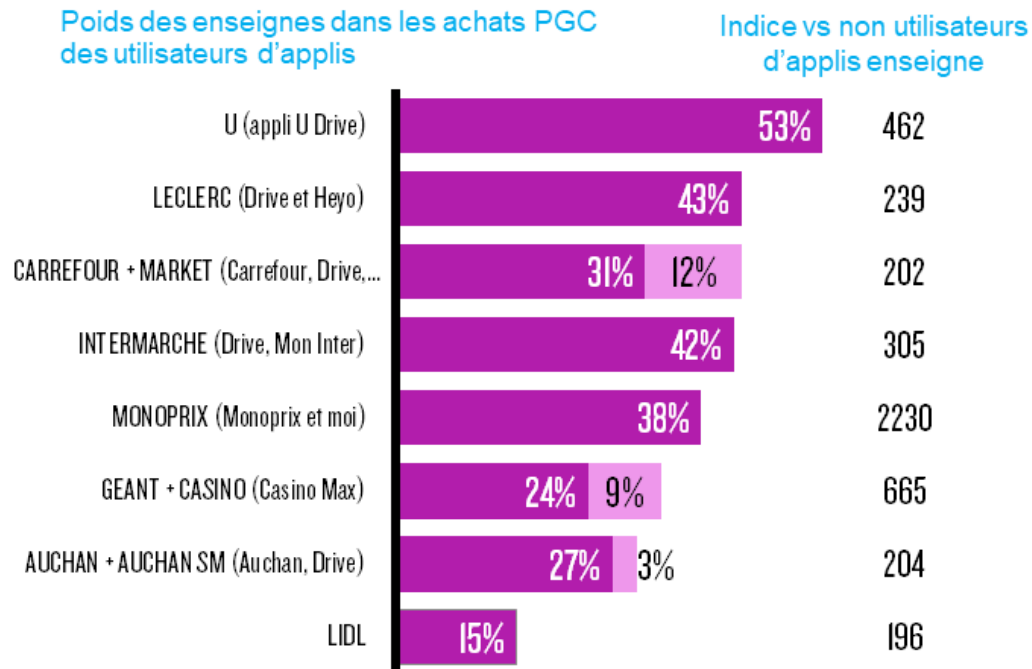
Accolé

Entrepôt solo

Entrepôt externe
ou via un magasin

Entrepôt externe
ou picking magasin

LES APPS DES ENSEIGNES, UN FORT MOYEN DE FIDÉLISATION, EN PARTICULIER SUR LE DRIVE



Les utilisateurs de l'appli U Drive coursesU.com réalisent 53% de leurs achats de PGC-FLS chez U, c'est près de 5 fois plus qu'un non utilisateur d'appis enseigne

Source : Nielsen PanelViews, Décembre 2018, filtré sur moins de 50 ans.

Copyright © 2019 The Nielsen Company

LES APPS D'ENSEIGNES SONT LES PLUS UTILISÉES PAR LES FRANÇAIS AVANT OU PENDANT LES COURSES

Dans la liste ci-dessous, quels types d'applications mobiles utilisez-vous ?

20%
APPLIS ENSEIGNES

12%
APPLIS PROMOS

5%
LIVRAISON DE REPAS

4%
LISTES DE COURSES



15%
APPLIS NUTRITION

13%
APPLIS RECETTES

8%
COMPARATEURS DE PRIX

7%
PRODUITS PÉRISSABLES

2%
PRODUITS LOCAUX

Source : Nielsen PanelViews, Décembre 2018, 9684 répondants

* Applis de courses : applis d'enseignes, promotions, nutrition, recettes, comparateurs de prix, livraison de repas, listes de courses, achats de produits locaux, achats de produits à date de péremption courte

Copyright © 2019 The Nielsen Company

CARREFOUR ET LECLERC TOUJOURS DANS LE TOP 10 DES SITES ET APPLICATIONS DE « E-COMMERCE »



			Visiteurs uniques moyens par MOIS	Couverture France mensuelle (en % de la pop. française)	Visiteurs uniques moyens par JOUR	Evol. Rang Vs. T4 2018
1	amazon		29 701 000	47,3 %	4 966 000	=
2	leboncoin		27 619 000	44,0 %	6 560 000	Nouveau
3	Cdiscount		20 157 000	32,1 %	2 148 000	-1
4	fnac		14 470 000	23,0 %	1 001 000	-1
5	Veepee		13 380 000	21,3 %	2 893 000	-1
6	Booking.com		12 210 000	19,4 %	996 000	+3
7	OUI _{sncf}		11 833 000	18,8 %	1 047 000	+1
8	E.Leclerc		11 554 000	18,4 %	1 192 000	-3
9	ebay		11 295 000	18,0 %	1 330 000	-3
10	Carrefour		11 041 000	17,6 %	986 000	-3
11	wish		10 849 000	17,3 %	1 954 000	=
12	GROUPON		10 761 000	17,1 %	1 264 000	-2
13	Vinted		9 754 000	15,5 %	2 280 000	Nouveau
14	LEROY MERLIN		9 500 000	15,1 %	671 000	=
15	airbnb		8 712 000	13,9 %	830 000	Nouveau



En moyenne,
44 millions d'internautes
 (70% des Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du **Top 15**

AVEC EN PLUS LA LIVRAISON A DOMICILE, LE E-COMMERCE OFFRE UNE AVALANCHE D'OPTIONS POUR LE CONSOMMATEUR

Combien d'options de commandes et de retraits offrent les distributeurs généralistes sur l'alimentaire ?



45



Source Nielsen Mars 2019

Carrefour RAYONS Promo, Bio, Épicerie et +

Choisir Drive ou Livraison

Carrefour Drive, achat courses
Achats en ligne et retrait
Carrefour
N° 57 en Shipping
★★★★☆ 2,6, 888 notes
Gratuit

Promotions Offres du moment

Carrefour Livré chez vous
Livraison courses en ligne
Carrefour
N° 41 en Cuisine et boissons
★★★★☆ 2,5, 522 notes
Gratuit

Courses en ligne

E.Leclerc

DRIVE

Un service 100% gratuit

E.Leclerc

Chez Moi

Drive et Drive Piéton (Leclerc Relais) en Province
Pas de LAD sur ce site

Drive Piéton (Leclerc Relais) et LAD sur Paris intra-muros

LA CLIENTÈLE SE PARTAGE DÉSORMAIS ENTRE DRIVE & LIVRAISON À DOMICILE

Des profils plus familiaux et ruraux pour le Drive vs des couples en agglomération parisienne pour la LAD



Pénétration

26.7%

+1.5pts
vs n-1

En Drive

Des foyers **familiaux** (*indice 155*)

Plus **ruraux** (*indice 117*)

Avec un niveau de vie plus **modeste** (*indice 109*)

Indice vs moyenne France



22.1%

+2pts
vs n-1

En livraison à domicile

Des **monofoyers et couples** (*indice 160*)

En **l'agglomération Parisienne** (*indice 179*)

Avec un niveau de vie plus **aisés** (*indice 125*)

Indice vs Drive

LE DRIVE RESTE DEVANT LA LIVRAISON PAR SA FRÉQUENCE D'ACHAT ET SA FIDÉLITÉ

PGCFLS



En Drive



En livraison à domicile

Actes d'achat dans l'année

11

5

Sommes dépensées par occasion

68€

42€

Poids du circuit dans leurs dépenses/France

20%

9%

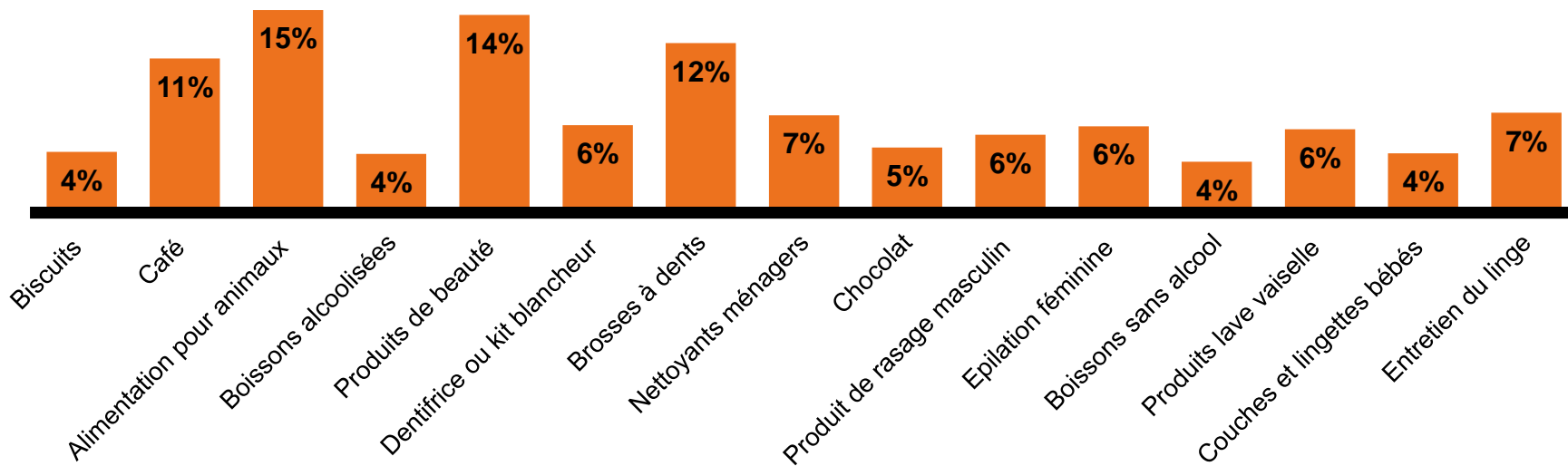
Répartition des achats

81%

19%

LE DÉVELOPPEMENT CONJOINT DE LA LAD ET DU DRIVE : LES CATÉGORIES LES PLUS CONCERNÉES

Part des foyers faisant au moins la moitié de leurs achats de la catégorie en e-commerce (%) :





This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2018 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.