

LES INDICATEURS

LES CHIFFRES

+4%

L'évolution du chiffre d'affaires du commerce interentreprises de PGC au troisième trimestre 2010. Le commerce interentreprises de produits alimentaires progresse, quant à lui, de 4,5 %.

Source : Confédération générale du commerce interentreprises

10,6 millions

Le nombre d'internautes ayant écouté de la musique sur leur téléphone mobile au cours du dernier mois, au troisième trimestre 2010. Ils sont 10,9 millions à l'avoir fait sur leur baladeur.

Source : Observatoire des usages d'internet Médiamétrie



+1,1%

L'évolution du chiffre d'affaires des produits de grande consommation et du frais libre-service dans les hypers, les supermarchés et le hard-discount, sur la période de 4 semaines arrêtees au 10 octobre, par rapport à la même période un an plus tôt. Après +0,3 % au 12 septembre, le chiffre d'affaires des grandes surfaces alimentaires reste sur une tendance positive, mais de manière plus modérée qu'au premier semestre. Ce ralentissement intègre les effets de la baisse des prix (-1 % sur la dernière période) mais l'on constate aussi un ralentissement de la croissance en unités vendues (+0,1 %). Depuis le 1^{er} janvier, la progression est de 2,2 % en valeur et +1,1 % en volume.

Source : Nielsen



-5,8%

L'estimation provisoire de l'évolution des ventes de textile habillement en octobre 2010 par rapport à octobre 2009. Elles étaient alors en progression de 0,2 %. Les grands magasins sont stables, les chaînes spécialisées, les magasins populaires et indépendants multimarques régressent (respectivement -8 %, -2 % et -3 %).

Source : Institut français de la mode

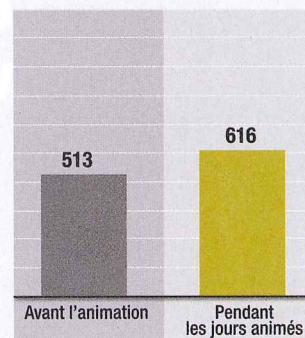
ANIMATIONS COMMERCIALES

Les ventes sont multipliées par deux

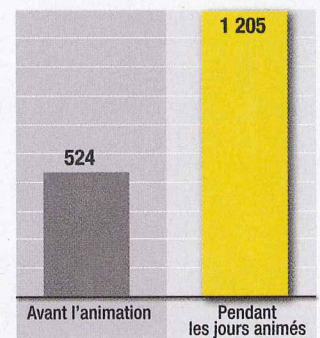
Le Sorap (syndicat de la profession de l'animation commerciale et du marketing terrain) a demandé à SymphonyIRI une étude sur 50 opérations depuis trois ans pour comparer les performances en magasins sans et avec animation. Résultat : l'opération permet de doubler la valeur des ventes journalières moyennes. L'impact est variable selon les rayons : multiplication par 1,5 en liquides, par 2,3 en DPH, et par 2,6 en épicerie. ■

Évolution des ventes moyennes journalières, en euros, sans et avec animation, dans des magasins jumeaux (même enseigne, même surface, même région et même chiffre d'affaires)

SANS ANIMATION



AVEC ANIMATIONS



Données exclusives

SymphonyIRI Group
Insight. Innovation. Impact.

PRÉVISIONS DES VENTES

UNE CONSOMMATION DÉJÀ BIEN HIVERNALE

Impact prévisionnel (en %) de la météo de la semaine du 22 au 28 novembre 2010 sur les ventes des rayons qui devraient réagir le plus fortement à la hausse et à la baisse, en France et dans les régions les plus touchées

6,7 °C

La température moyenne de la semaine

(-0,9 °C)

par rapport à la normale saisonnière

	Potages	Produits pour feu	Bières + base bière	Crèmes dermatologiques
Impact climatique national	+ 3,3	+ 2,7	- 3	- 1,4
Impact climatique régional le plus marquant	+ 4,2 Nord	+ 5,3 Est	- 5,6 Est	- 6,1 Nord

Pendant la semaine du 22 au 28 novembre, le rafraîchissement engagé la semaine précédente se poursuit, avec, une température moyenne prévue sur la France de 6,7 °C, près de 1 °C

sous les normales de saison, avec des différences Nord-Sud marquées. L'impact est donc naturellement défavorable sur les ventes de bières et de boissons à base de bière, ainsi que sur celles de crèmes. À l'inver-

se, les produits pour feux comme les soupes et potages sont favorisés par ce temps plus frais, notamment dans le Nord, sans être exceptionnels. ■

PLUS D'INFORMATIONS ET LES INDICES COMPLETS SUR WWW.METNEXT.COM

En partenariat avec

