

## Les shoppers sont-ils satisfaits ?

60% Satisfaction globale

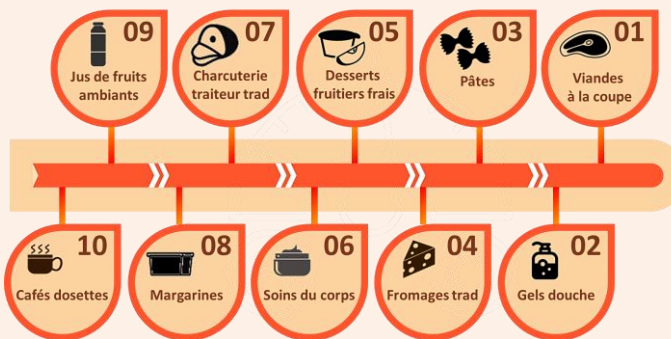
53% Prix/Promo

60% Produit

53% Assortiment

71% Exécution

## Top 10 satisfaction par catégorie



**Shopper Intelligence**

Understand. Influence. Lead.

## Le shopper en HM/SM Toutes Catégories\* 2020

### Quel rôle jouent les catégories au sein du point de vente ?



#### Top 5 moteurs du Trafic

Incitent à la fréquentation

- Couches culottes
- Aliments pour bébés
- Soins et toilette bébé
- Légumes frais
- Lessives

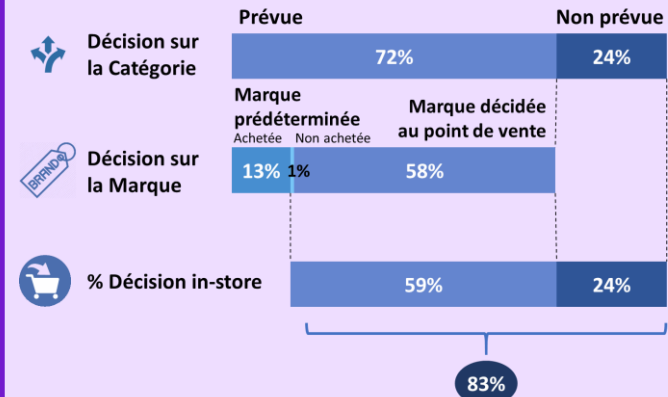


#### Top 5 moteurs du Panier

Incitent à la dépense

- Plats cuisinés surgelés
- Viandes à la coupe
- Tablettes de chocolat
- Plats préparés rayon frais
- Graines apéritif

## Comment se prennent les décisions ?



#### Top 5 Achat prévu

- Fruits frais
- Eaux plates nature
- Laits
- Beurres
- Couches et culottes

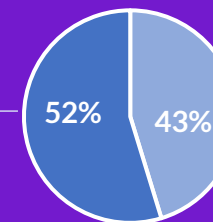


#### Top 5 Achat non prévu

- Pâtisseries fraîches
- Confiseries devant caisse
- Confiseries de chocolat
- Pizzas rayon frais
- Pâtes fraîches

## Comment s'effectue l'achat en rayon ?

ACHAT DIRECT



ACHAT EXPLORATOIRE

\*Moyenne des 106 catégories étudiées en HM/SM.

Données issues de la base Shopper Intelligence France 2020, 33.000 shoppers interrogés de janvier à mi-mars 2020 en HM/SM, Proximité, Drive.

Pour en savoir plus, par catégorie, par enseigne, ou sur d'autres circuits : [laurent.valensi@shopperintelligence.com](mailto:laurent.valensi@shopperintelligence.com)