



BAROMÈTRE BABY CARE Q2 2017

Extract Etude GfK
Panel Distributeurs France tous circuits – Catégories Puériculture

Baromètre Baby Care – Q2 2017

Un 2nd trimestre en redressement



-6% en nombre d'Unités vendues



-3% en Chiffre d'Affaires



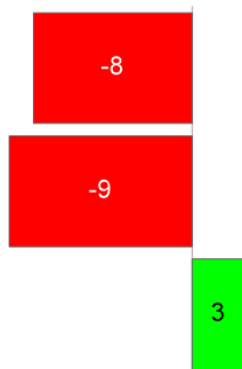
+3% en Prix moyen de vente TTC

Baromètre Baby Care par catégorie de produits – Q2 2017

Evol en % Q2 17 / Q2 16



Nb unités
vendues



Chiffres
d'Affaires



Prix unitaire
moyen



Focus Biberonnerie

Des segments porteurs dans un contexte compliqué

Chiffres clés de 3 segments de la biberonnerie
Q2 2017 vs Q2 2016



Biberons en verre col large

+17%

Croissance du CA

Tétines col large

+2%

Croissance du CA

Tire-lait

56€

Prix de vente moyen TTC
+2€ vs Q2 2016

Focus Biberonnerie

Poids des segments en valeur

Q2 2017 vs Q2 2016



Biberons en verre

14%

+2 points vs avr-juin 2016

Biberons grande capacité
>270ml

39%

+2pts vs avr-juin 2016

Biberons vendus à l'unité

63%

+3pts vs avr-juin 2016

Vos bénéfices à travailler avec la Smart Data GfK

Circuits Puériculture :

- Spécialistes puériculture / jouet,
- Hypermarchés / supermarchés,
- VAD, Grands magasins, grandes surfaces spécialisées,
- Centres automobiles

Catégories de produits Puériculture :

- **Biberonnerie** : biberons/Tétines, sucettes, allaitement
- **Appareils électriques** : écoute-bébé, robots bébé, chauffe-biberons et stérilisateurs
- **Grosse puériculture** : poussettes, sièges auto, chaises hautes



Tableaux de bord GfK clef en main sur vos catégories de produits



Historique de ventes



Accès aux informations en ligne
Systèmes de push mail sur-mesure



Données de référence, utilisées par les distributeurs et les fabricants

Pilotez votre activité avec le Panel GfK Puériculture



Pierre GEISMAR

Key Account Manager – Small Domestic Appliances & Baby Care

T +33 (1) 74 18 60 91 | E : pierre.geismar@gfk.com

Nous transformons les études en décisions stratégiques.

Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

www.gfk.com/fr

Growth from Knowledge