

Worldpanel by Numerator annonce la plus grande évolution des panels consommateurs en France et lance DATA AUGMENTÉE pour décrypter les Français avec une finesse inédite

Le marché de la grande consommation a changé. Entre nouvelles générations, évolution des structures familiales, multiplication des circuits d'achat et effacement des frontières entre domicile et hors domicile, les comportements se fragmentent. Face à un marché de plus en plus dispersé, Worldpanel by Numerator (anciennement Kantar) lance DATA AUGMENTÉE, une évolution de ses données d'achat et de consommation en France destinée à refléter plus précisément ces nouvelles dynamiques de consommation.

Trois chiffres illustrent l'ampleur de ces mutations :

- Les foyers français fréquentent davantage d'enseignes : **+21 % par rapport à 2008**, tous circuits confondus ;
- Ils multiplient les occasions d'achat : **+24 actes d'achat par an par rapport à 2014** ;
- Les circuits spécialisés et les solderies poursuivent leur essor avec une pénétration des solderies en hausse de **18 points depuis 2019**.

Derrière ces données se dessinent des transformations profondes de la société française. Les générations et les structures familiales consomment différemment et les modes de vie évoluent. Les achats se répartissent donc entre un nombre croissant d'enseignes, de circuits et de formats.

C'est dans ce contexte que s'inscrit DATA AUGMENTÉE, avec l'ambition d'offrir une lecture plus complète, plus fine et plus connectée des consommateurs et de leurs comportements.

Plus de 50 % d'augmentation de taille d'échantillon en moyenne et 1 000 marques supplémentaires désormais lisibles à un niveau enseigne

Avec cette nouvelle génération de panels, Worldpanel by Numerator augmente de **plus de 50 % en moyenne la taille de la majorité de ses principales sources de données en France**, constituant ainsi le plus grand panel de consommateurs du pays :

- **30 000 foyers** sur le panel In-Home PGC-FLS, contre 20 000 auparavant ;
- **30 000 foyers** sur le panel Produits Frais Traditionnels, contre 12 000 ;
- **10 000 individus** sur le panel Hors Domicile, contre 7 000 ;
- **45 000 individus** sur le panel Beauté, contre 35 000.

Cette augmentation permet d'analyser **plus de 1 000 marques supplémentaires au niveau enseigne** mais aussi de capter des comportements et des signaux jusqu'ici trop fins pour apparaître de manière robuste dans les analyses. Elle renforce également la capacité à mieux comprendre des cibles plus spécifiques qu'il s'agisse de différentes générations, structures familiales ou modes de vie.



Cette évolution va bien au-delà d'une simple question de volume.

Dans un contexte où les parcours d'achat se fragmentent, où les occasions de consommation se multiplient et où les marques doivent détecter toujours plus rapidement les signaux émergents, élargir les échantillons permet de gagner en robustesse, en granularité et en capacité d'anticipation.

Solène Molinier, Directrice Générale de Worldpanel by Numerator

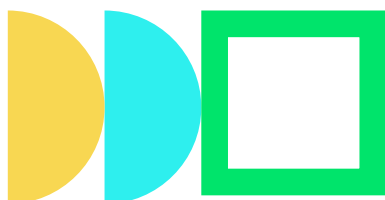
Plus de consommateurs et de nouvelles façons de collecter les données

L'élargissement des panels vise également à mieux représenter la diversité des consommateurs français et s'accompagne d'une évolution de l'expérience des panélistes.

Worldpanel by Numerator s'appuie désormais sur une application mobile optimisée et sur des technologies de collecte plus passives et plus précises. L'intelligence artificielle vient également soutenir la codification automatisée des produits à partir de photos ainsi que le décodage automatisé des tickets de caisse. Grâce à ses panels plus larges et à ses nouvelles technologies de collecte, Worldpanel by Numerator a pour objectif de capter deux fois plus de paniers pour une compréhension plus riche des achats des Français.

À domicile et hors domicile : une vision plus complète de la consommation

Depuis 2026, Worldpanel by Numerator propose ses données In-Home, Out-of-Home, Perception et Usage dans une même restitution pour offrir une lecture complète des comportements de consommation. Dès 2028, l'ambition est de franchir une nouvelle étape avec **un panel unique In-Home et Out-of-Home permettant pour la première fois de suivre un même consommateur à travers l'ensemble de ses achats, à domicile comme hors domicile.**



Pour voir plus, comprendre mieux et décider avec confiance

Dans un marché où les comportements de consommation se diversifient et se complexifient, DATA AUGMENTÉE donne aux marques et aux enseignes les moyens de voir plus, comprendre mieux et décider avec confiance. En captant davantage de signaux et en offrant une vision plus complète des consommateurs, elle leur permet d'identifier plus rapidement les leviers de croissance, de mesurer plus tôt l'impact de leurs actions et de prendre des décisions plus éclairées sur l'ensemble de leur marché.

À propos de Worldpanel by Numerator : Worldpanel by Numerator décrypte les comportements d'achat pour façonner l'avenir des plus grandes marques et enseignes mondiales. L'entreprise fournit des données consommateurs de référence représentant près de **6 milliards de consommateurs dans 65 marchés**, partenaires inclus et compte **3 300 collaborateurs dans le monde.**



fr.worldpanelbynumerator.com