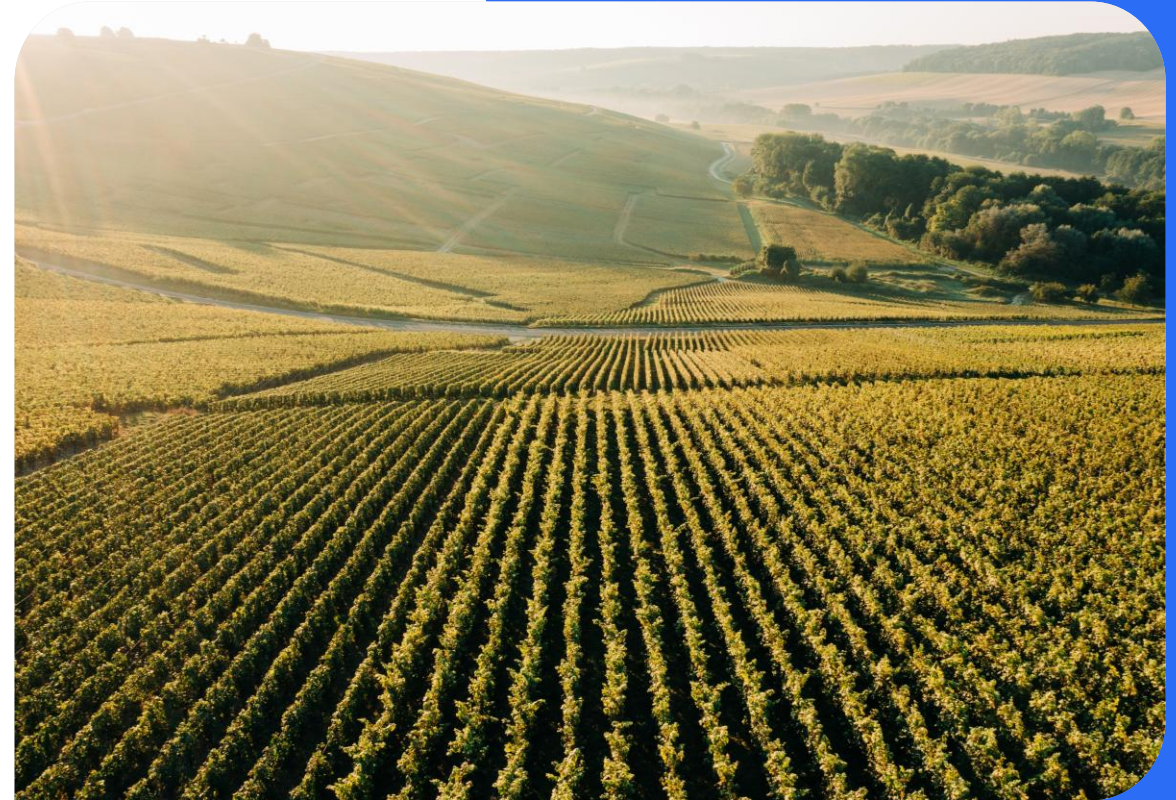




La France rurale

Tout un champ d'opportunités



Powered by

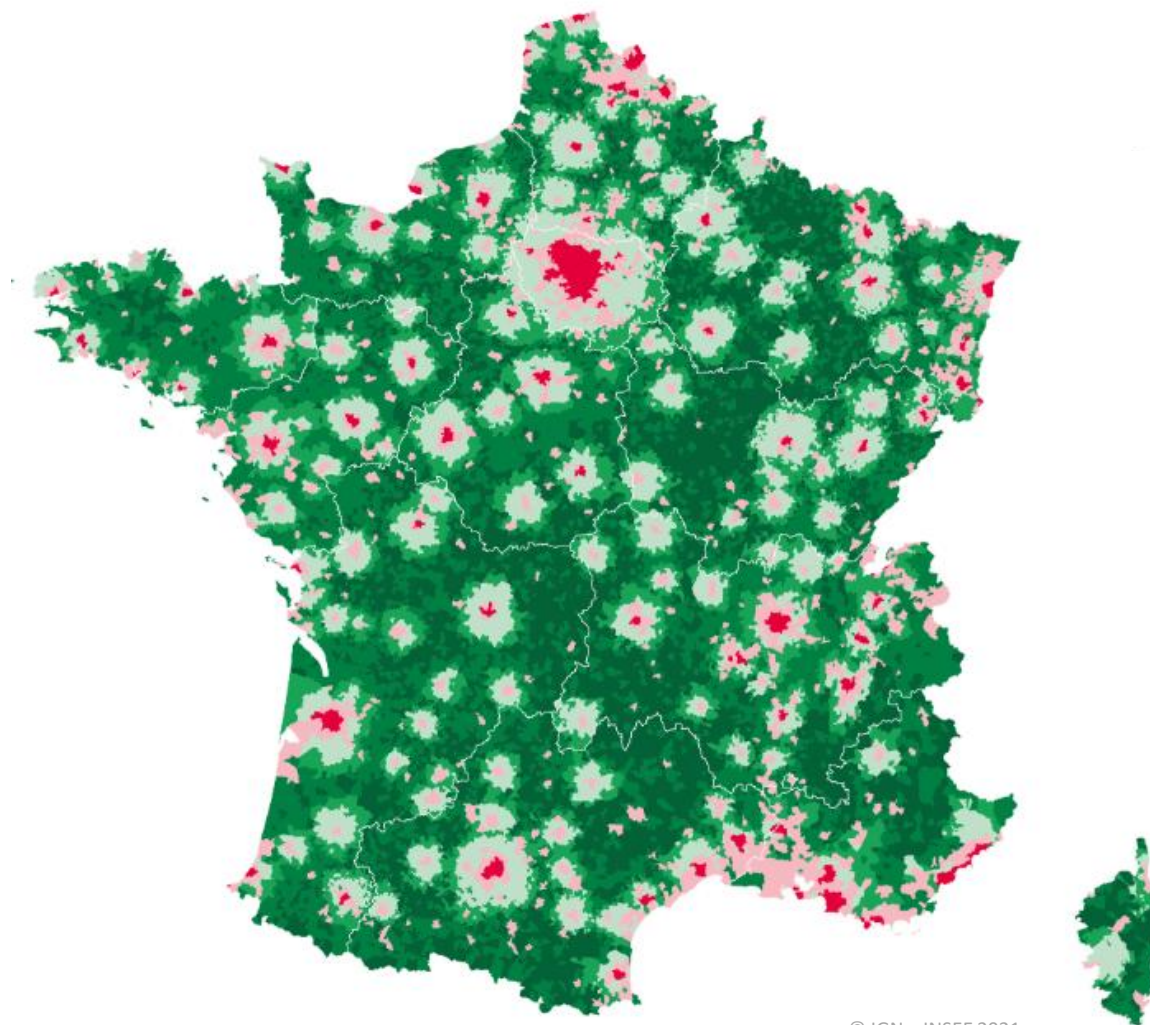
NIQ *Discover* &  **Optiq**

Qu'est-ce que la ruralité ?

L'ensemble des communes *peu denses ou très peu denses* selon la grille communale de densité de l'INSEE.

4 catégories de ruralité :

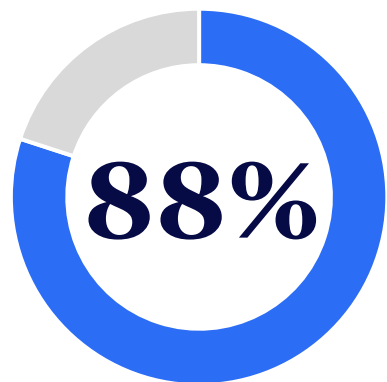
- 
-  Communes rurales sous forte influence d'un pôle
 -  Communes rurales sous **faible influence d'un pôle**
 -  Communes rurales **autonomes peu denses**
 -  Communes rurales **autonomes très peu denses**



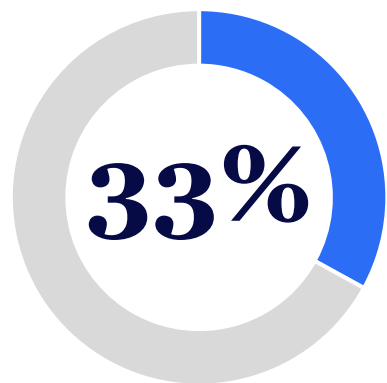
© IGN – INSEE 2021

Source : INSEE - La France et ses territoires – Edition 2021 | Rouge clair : Urbain à densité intermédiaire – Rouge foncé : Urbain dense

La France est le pays le plus rural d'Europe de l'Ouest, en termes de répartition de la population



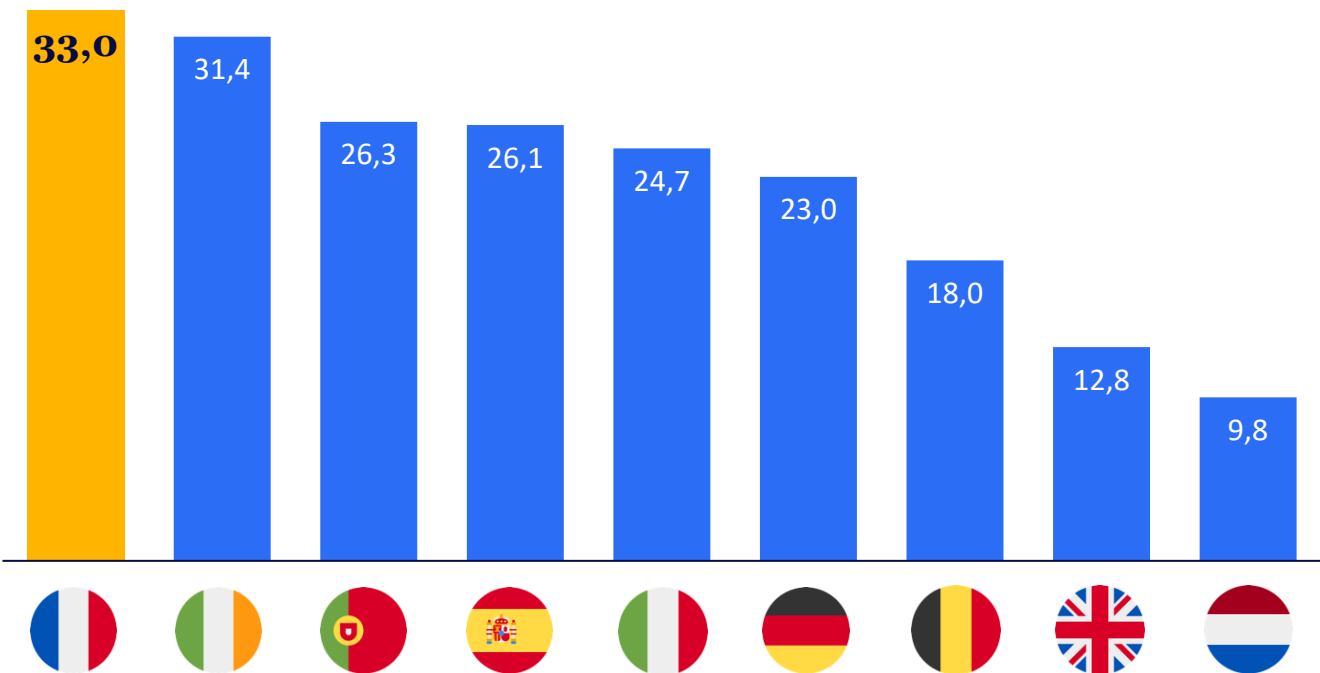
des **communes** françaises



de la **population**
Soit 22 millions de personnes

Part de la population nationale vivant en zones rurales

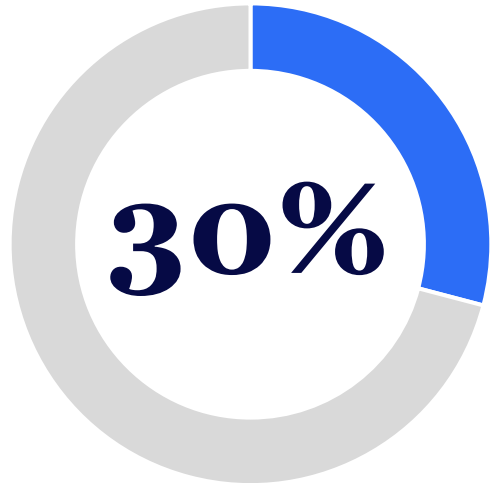
En % - Données 2018, hors France en 2021



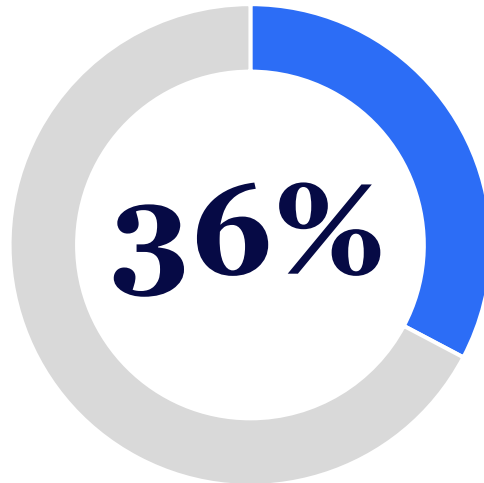
Source : INSEE - La France et ses territoires – Edition 2021 | Eurostat DEGURBA 2022

A l'échelle des PGC FLS, les zones rurales pèsent 1/3 des foyers acheteurs, des achats et du trafic en magasin

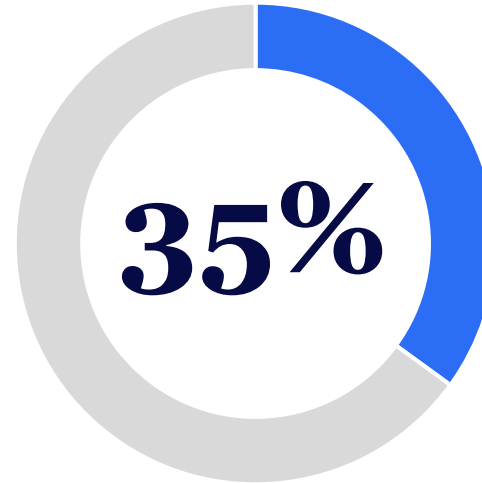
Les foyers vivant en zones rurales représentent :



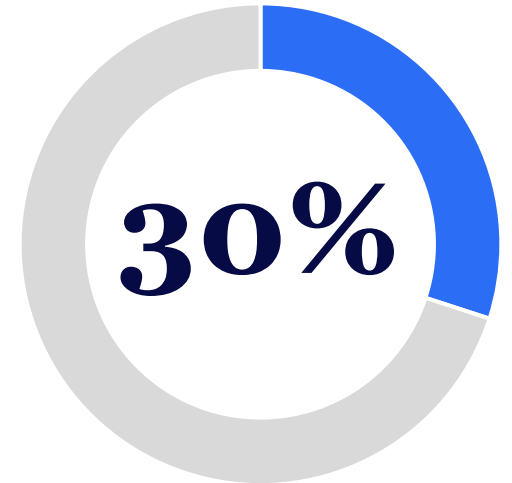
des **foyers acheteurs**



des **achats valeur**



des **achats unités**



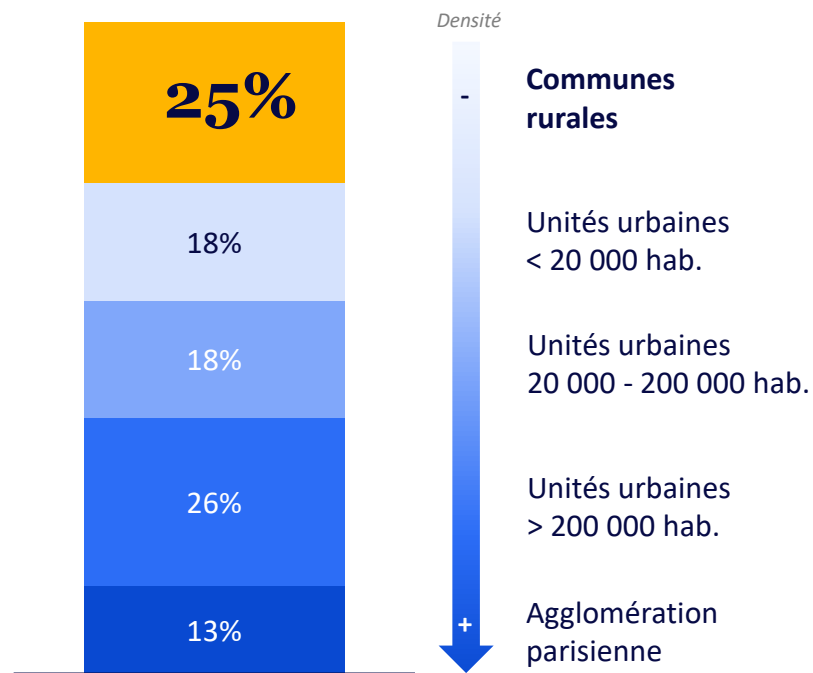
des **visites** en magasin

Source : NielsenIQ Homescan – Total France – CAM P7 2026

Sur les 5 dernières années, elles ont contribué à 1/4 des gains valeur des PGC FLS, et le nombre de foyers y a augmenté

Contribution aux gains valeur PGC FLS vs 2019

Total France – CAM P7 2026



Foyers acheteurs :

+2.5%

Total France : +3.8%



Dépenses / acheteur

+14.9%

Total France : +16.6%



Unités / acheteur

+0.4%

Total France : +2.9%



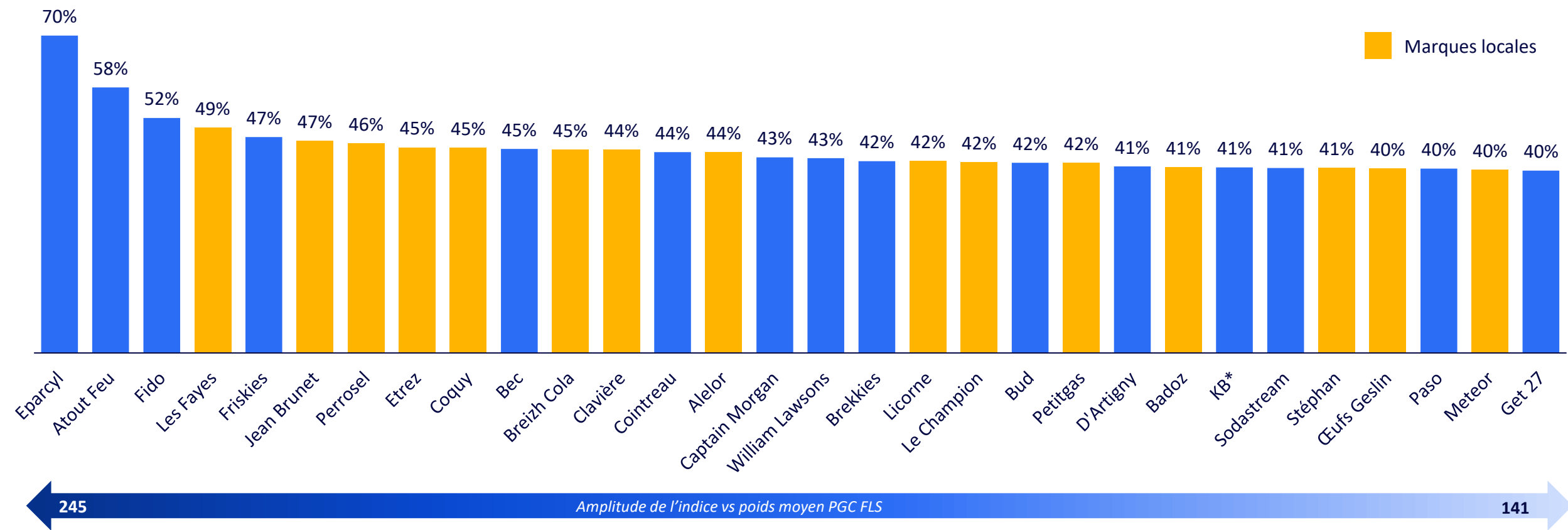
L'Intermarché Super de Fourneaux, 701 habitants, en Savoie

Source : NielsenIQ Homescan | © Communauté de communes Haute-Maurienne Vanoise

La moitié des 30 marques avec le plus fort poids des zones rurales dans les achats valeur est locale

Les 30 marques PGC FLS avec le plus fort poids des foyers vivant en zones rurales dans les achats valeur

Total France – CAM P7 2026 – Marques présentant moins de 2.0% de pénétration exclues

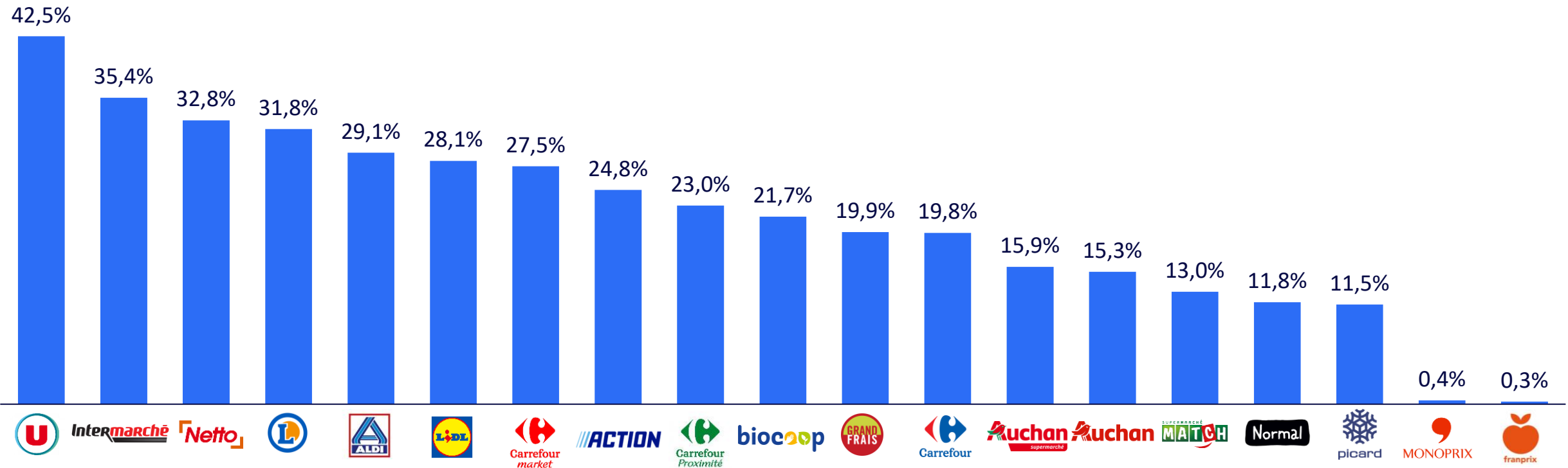


Source : NielsenIQ Homescan | * Sur insecticides et anti-nuisibles uniquement

Pour les distributeurs également, les zones rurales revêtent une importance stratégique, en particulier chez les indépendants et les SDMP

Poids des foyers vivant en zones rurales dans les achats valeur réalisés dans chaque enseigne

Total France – CAM P7 2026 – Tous formats des enseignes inclus

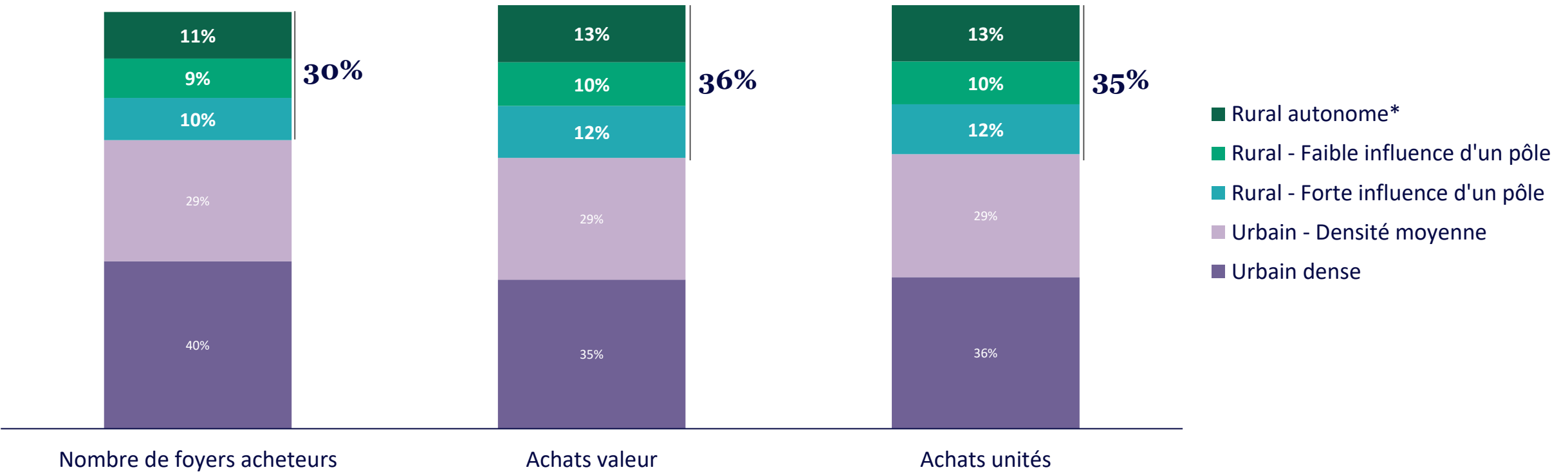


Source : NielsenIQ Homescan

3 types de zones rurales qui se valent en termes de poids à l'échelle de la grande distribution

Répartition en fonction du lieu d'habitation

Total France – CAM P7 2026 – 100% PGC FLS



Source : NielsenIQ Homescan | * Autonome peu dense + très peu dense

Mais des réalités très différentes entre les territoires

Source : Office du tourisme de Moustiers-Sainte-Marie | Mairie de La Bouëxière | Atlas des Régions Naturelles – archives-arn.fr | INSEE – Recensement de la population – juin 2026

Dynamisme /
Désirabilité



Les périphéries dynamiques

La Bouëxière
Ile-et-Vilaine

*Dans l'aire d'attraction de Rennes
4667 habitants, +17% entre 2012 et 2023*



La carte postale

Moustiers-Sainte-Marie
Alpes de Haute Provence

*683 habitants à l'année
200 000 visiteurs annuels, 19 restaurants*



La ruralité backstage

Azerables
Creuse

*Rural autonome peu dense
804 habitants, -11% entre 2012 et 2023*

Lier types de foyers, âges et lieux de vie

Cibler les **familles**, c'est faire de la ruralité une priorité.

La **Gen Z** rurale est bien plus familiale qu'en zone urbaine.

Cibler les **Seniors** en zone rurale, bien sûr, mais comme partout ailleurs.

Activer les leviers qui correspondent au quotidien rural

L'**accessibilité-prix**, face à des niveaux de vie moins élevés.

Le levier du **stockage**, possible et pertinent.

Des coups à jouer dans la ruralité « carte postale » pour les **produits saisonniers**.

Adapter l'expérience de courses à la réalité du commerce rural

Recréer des « **hubs** » là où ils n'existent pas (beauté notamment)

Au-delà de l'offre produits, développer les **services**

Adapter l'offre aux atypismes de la consommation rurale

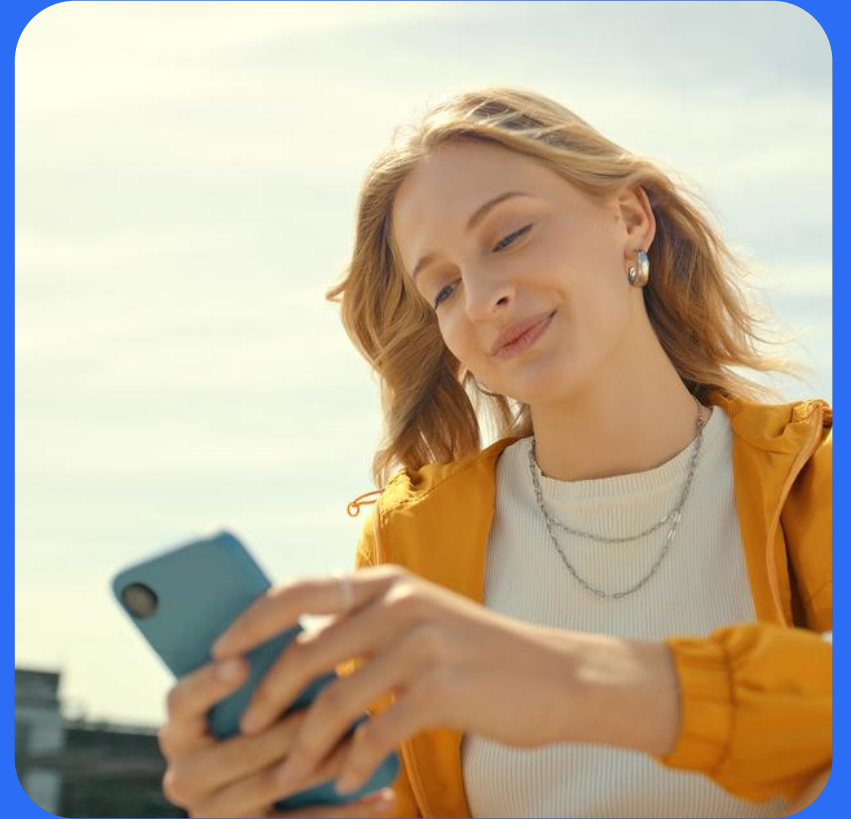
Priorité à la **convivialité** et au **partage** (offre cuisine, apéritif)

Jouer la fibre **locale**, principal vecteur d'achats engagés

S'adapter à des foyers **équipés**, en cuisine ou dans la salle de bain

Les **effets de mode** ne sont plus l'apanage des seules zones urbaines.

About NIQ Consumer Panel



We hear from clients like you these are the top priorities, and NIQ is delivering

Harmonized Ecosystem

Panel and retail measurement alignment reduces noise and confusion

Using one RMS and CPS provider saves
30%
of your time

Trusted Coverage & Quality

Sufficient Sample
Global KPI Standards
Consistent Coding & processes for quality

NIQ Tracks
\$4.5B
in consumer spending to help you understand spend around the world.

Superior Technology

Simple
Powerful Analytics
Fast

The only provider with
On Demand
consumer reports rendered in seconds that can be viewed side-by-side with RMS

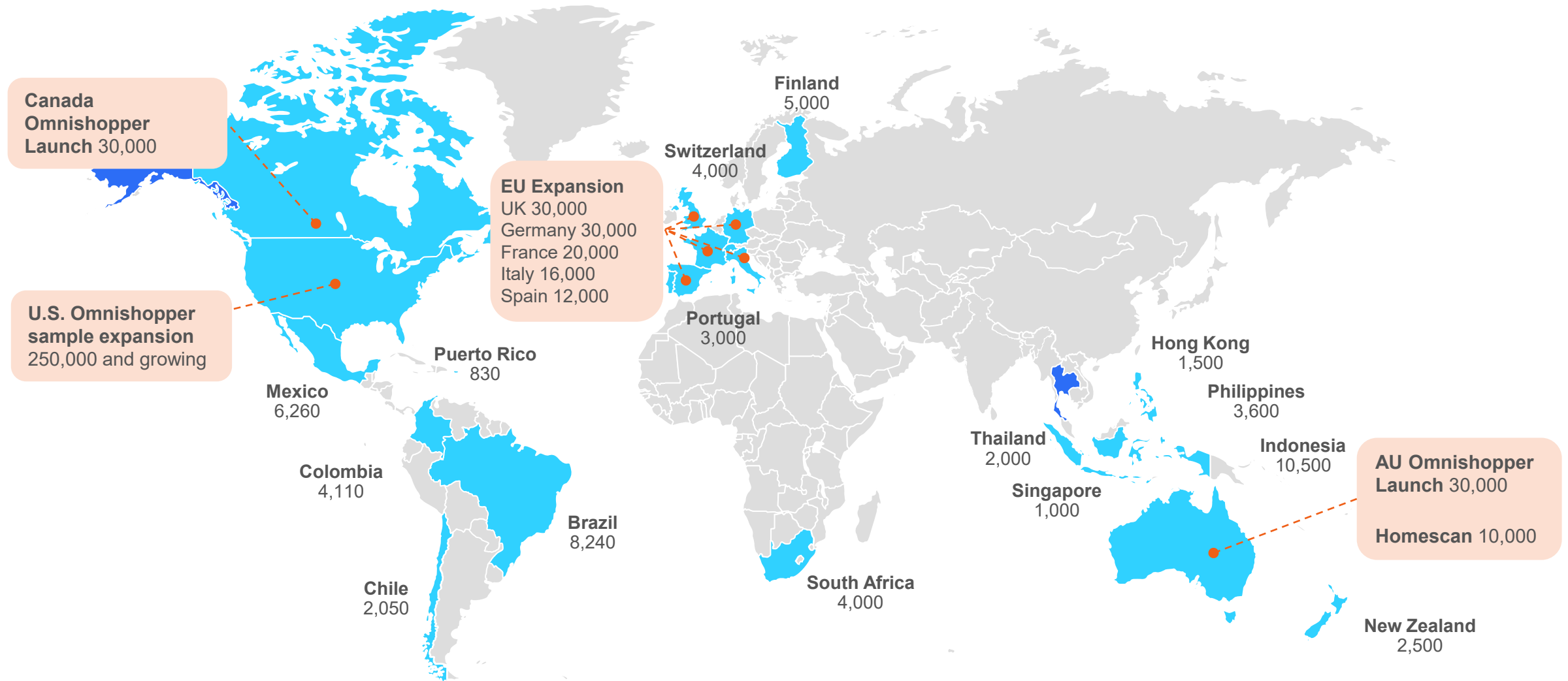
Your Partner For Growth

Trusted consumer panel experts

NIQ is investing in consumer experts. We have hired
600+ years
of consumer panel experts from the industry

Single global partner, supporting synergies worldwide

NIQ is investing in *expanded sample sizes* across the globe, with unrivalled commitment to *data quality* driving what we do & how we do it



NIQ Consumer Panel Markets. Sample sizes are for Homescan unless otherwise noted as Omnishopper.

Explorez nos Insights et Solutions
Comportement Consommateur
@NielsenIQ

Découvrez notre
Agent IA Insights **Optic**



NIQ

The Full View of Consumers