

L'ASSOCIATION DES ENTREPRISES DES GLACES ANNONCE

une saison 2019 résolument créative et inscrite au cœur des tendances



Ce lundi 8 avril 2019, l'Association des Entreprises des Glaces a dévoilé le bilan complet de la consommation et du marché des glaces en GMS pour l'année 2018. Boostés par l'innovation, les résultats, en constante augmentation depuis 10 ans, battent des records : **+8,4% en valeur et +6,3% en volume**. Loin de ralentir le rythme des nouveautés, les entreprises des glaces poussent le curseur de l'originalité encore plus loin en 2019 : visuels impactants, recettes surprenantes, nouvelles licences & marques, sourcing différenciant, nouvelles compositions répondant aux tendances alimentaires actuelles. Objectif : offrir une place de choix et théâtraliser au maximum les glaces dans le rayon grand froid afin de séduire toujours plus les consommateurs fidèles... comme les nouveaux !

● ● ● ● 14,8% du CA des glaces généré par les nouveautés : l'innovation, plébiscitée par les consommateurs !

La glace reste le dessert préféré des Français avec **84,7% de foyers acheteurs** et une augmentation de la consommation en volume de **+7% cette année**. La catégorie connaît **la plus forte croissance de la grande distribution** (jusqu'à 2,5 fois plus que le frais). Il reste néanmoins des parts de marché à conquérir en France et de nouveaux consommateurs à séduire qui poussent les industriels à innover, se réinventer, surprendre et séduire toujours plus les consommateurs : en 2018, les entreprises des glaces ont lancé pas moins de **58 grandes innovations générant un CA de 74,7 millions d'€** soit +10% en un an !

● ● ● ● Des entreprises qui accompagnent les tendances plaisir, la recherche de gourmandise et les attentes bien-être des consommateurs

En 2018, les entreprises des glaces ont répondu aux attentes des consommateurs par **des produits 100% plaisir**. Des jeux de textures, des ingrédients gourmands, des toppings surprenants ont séduit de **nouveaux acheteurs**. Des offres qui s'adaptent également à nos modes de vie plus nomades avec **l'explosion des formats de détente** (cônes & bâtonnets) **et particulièrement dans leurs formats mini**. Avec une **croissance de plus de 23% en valeur en un an**, ces versions miniatures à déguster à tout moment de la journée sont les grands gagnants de la saison. Les acteurs du marché travaillent également de nouveaux produits axés sur le mieux-être en introduisant des références vegan ou bios, apportant de nouvelles alternatives nutritionnelles. Les engagements des entreprises sur la qualité des matières premières et l'origine des ingrédients font également partie de ces réponses faites aux consommateurs par la catégorie. Ces évolutions drivées par la gourmandise prioritairement et le bien-être permettent aujourd'hui à la catégorie des glaces de **franchir le cap des 8 actes d'achat/an/foyer et de dépasser la barre des 46 € dépensés par foyer pour ce produit plaisir**.



● ● ● Le rôle majeur des circuits de distribution, porteurs pour la catégorie

Le circuit hypermarché/supermarché reste le plus porteur pour le secteur en générant 75% du CA des glaces. Une croissance qui a tendance néanmoins à stagner face aux enseignes de proximité et drive et à l'évolution du comportement d'achat des consommateurs dans un contexte économique et social troublé. Néanmoins, les marques dynamiques et la recherche de goût, de qualité et de fraîcheur servent le secteur. En 2019, les membres de l'Association des Entreprises des Glaces travaillent en collaboration étroite avec les distributeurs afin de favoriser une implantation plus en amont dans la saison, et d'offrir une visibilité à leurs innovations « de rupture » créant l'événement dans le rayon. Cette théâtralisation des partis-pris très forts des marques cette saison sera soutenue par des investissements publicitaires. Si la grande distribution totalise encore plus de 80% de la vente des glaces, **le secteur hors-domicile ne cesse de se développer (+3,3% de CA)** et offre aux marques un formidable terrain de jeu pour lancer leurs innovations avec **une croissance de 10% pour la catégorie sur ce réseau.**

● ● ● Des collections surprenantes en 2019 : les industriels jouent l'originalité et la gourmandise

Plus que jamais, les nouvelles collections 2019 des membres de l'Association des Entreprises des Glaces répondent à la règle de 3 de la catégorie : **impulsion / plaisir / innovation**. La gourmandise sera bien au rendez-vous, répondant à de nouveaux codes empruntés aux jeunes générations : **visuel surprenant et coloré, la promesse d'une expérience différenciante** (de nouvelles textures, destiné à des nouveaux moments de consommation comme le goûter), **d'un goût original apporté par des ingrédients nouveaux** (cocktails, pâtisserie ou des douceurs)... Du packaging au visuel du produit, les industriels redoublent d'efforts pour créer une première expérience visuelle attractive, première étape avant l'acte d'achat. Alors que les - de 35 ans sont encore les moins contributeurs de la catégorie, les industriels parient sur **une dégustation plus « instagrammable » pour séduire les millenials.**



En savoir plus sur l'Association des Entreprises des Glaces : Créée en 2016, l'Association des Entreprises des Glaces est une association professionnelle qui regroupe 8 leaders du marché des glaces en France et représente plus d'une quarantaine de marques parmi les plus connues des consommateurs. Dédiée à la promotion de la catégorie des glaces alimentaires, elle valorise le métier, les savoir-faire des glaciers et la qualité de leurs produits auprès des pouvoirs publics et des consommateurs. L'ensemble de ses adhérents disposent d'usines en France et développent un ancrage territorial fort.

Les chiffres-clés :

10 usines en France / Plus de 2500 emplois



www.les-glaces.com



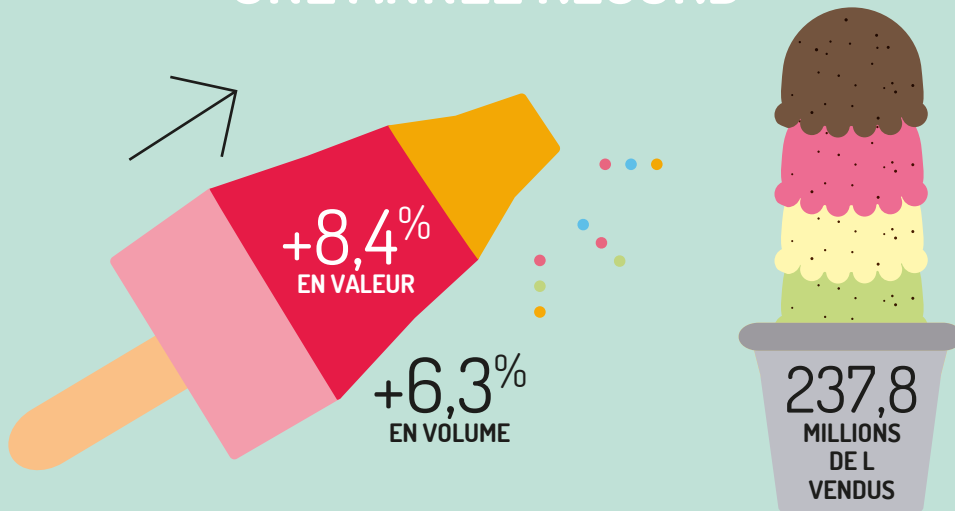
ASSOCIATION DES ENTREPRISES DES GLACES
9 bd Malesherbes 75008 Paris T. 01 53 83 86 00

CONTACTS PRESSE Agence MCD_Mot Compte Double 03.20.74.95.23
Céline Tondi ctondi@agencemcd.fr Vanessa Gellibert vgellibert@agencemcd.fr

L'ASSOCIATION DES ENTREPRISES DES GLACES ANNONCE

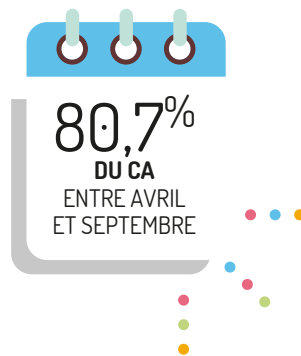
une année 2018 exceptionnelle *pour le marché de la glace*

UNE ANNÉE RECORD



Source Nielsen ScanTrack - Données arrêtées au 30.12.2018

UNE SAISON EXCEPTIONNELLE



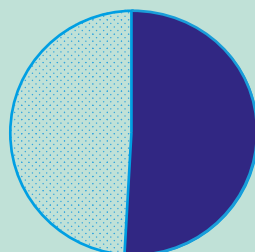
Source Nielsen ScanTrack - Données arrêtées au 30.12.2018

INNOVATION FIRST



14,8%

DU CA DES GLACES
EST GÉNÉRÉ PAR
LES INNOVATIONS
(VS 2,5% EN MOYENNE
SUR LES PGC)



51%

DU CA ADDITIONNEL
DES GLACES GÉNÉRÉ
PAR LES INNOVATIONS

Un CA généré par les innovations en
croissance de



Données Nielsen ScanTrack HMSM CAM P13 2018
Poids de l'innovation hors MDD

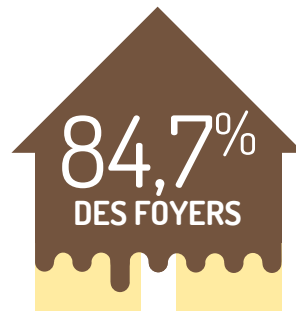
UNE CONSOMMATION EN HAUSSE



PAR ACHETEUR
PAR AN



46,6 €
PAR FOYER
PAR AN



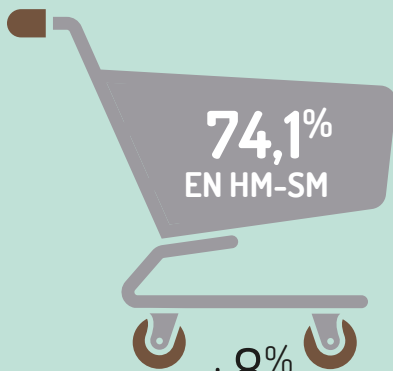
ONT ACHETÉ
UNE GLACE AU MOINS
UNE FOIS DANS L'ANNÉE



LES SENIORS ACHÈTENT DE + EN +
DE GLACES ALORS QUE LA PART
DES - 35 ANS DIMINUE

Source Nielsen Homescan - Données arrêtées à fin décembre 2018

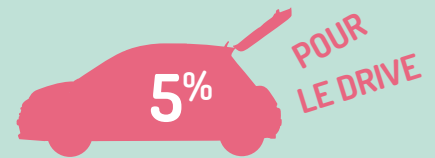
DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION PORTEURS



+8%
EN VALEUR SUR L'ANNÉE



+10,6%
EN VALEUR SUR L'ANNÉE

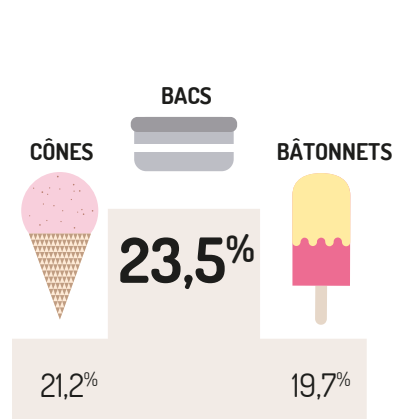


+15%
EN VALEUR SUR L'ANNÉE

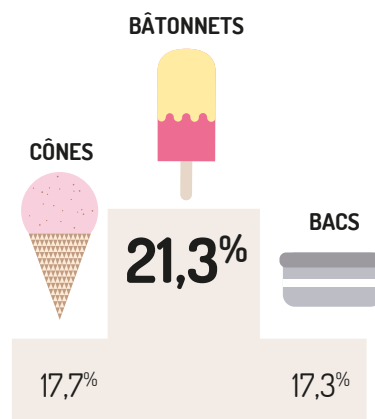
= Circuits qui connaissent la plus forte croissance

Nielsen ScanTrack CAM P13 2018

LES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS



LES + CONSOMMÉES
EN VOLUME



LES + CRÉATRICES
DE VALEUR

+23,3%
DE CA EN UN AN
POUR LES FORMATS MINIS



Source Nielsen Homescan - Données arrêtées à fin décembre 2018