



• • • • *les performances* • • • •
de la catégorie en ce début de saison



Symbole de réconfort pendant le confinement, synonyme de plaisir et liberté après le 11 mai, la catégorie des glaces a bénéficié de l'engouement des Français pendant cette période. Véritable valeur refuge, les glaces ont connu un pic de consommation exceptionnelle la semaine du 6 au 12 avril - +80% de croissance (vs la même semaine en 2019) - portée par une météo favorable. Championnes toutes catégories sur le circuit Drive, le marché des glaces a été boosté par des températures estivales, l'augmentation des repas à domicile et la recherche de plaisir pour des consommateurs confinés. Les formats « détente », mini et les pots faciles à consommer, et les bacs, à partager, ont répondu à toutes les envies gourmandes des Français.

« Nous remercions les consommateurs pour la confiance qu'ils nous ont témoignée en ce début de saison, en choisissant nos produits qui bénéficient d'un véritable savoir-faire expert et de règles sanitaires strictes toute l'année.

Malgré une implantation tardive des innovations liée à la crise, les Français ont eu le plaisir de déguster des glaces pendant le confinement grâce à nos références présentes toute l'année chez nos distributeurs partenaires. Nous avons à cœur de satisfaire toutes leurs envies, y compris pendant cette période, tout en soutenant nos producteurs et éleveurs locaux. La réouverture des bars, cafés et restaurants marque une nouvelle étape dans la saison avec le retour d'autres modes de consommation, plus impulsifs. Les Français n'ont pas fini de déguster nos nouveautés cet été ! »

Timothée Arar-Jeantet, secrétaire général de l'Association des Entreprises des Glaces



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

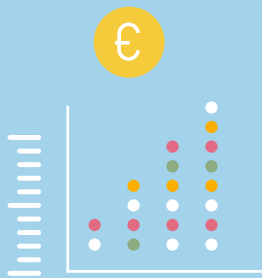


Le début de la saison des glaces

EN 5 POINTS-CLÉS

1

LES GLACES, LE PLAISIR DES FRANÇAIS PENDANT LE CONFINEMENT



+30%
(VS 2019)
PENDANT
LE CONFINEMENT

Source Nielsen ScanTrack tous circuits.
Confinement du 16/03 au 10/05

+111%
DU CA
SUR LE DRIVE
DU 16/03 AU 12/04

Source Nielsen ScanTrack, Total PGC+FLS.
Évolution vs. mêmes semaines l'an passé



UNE CROISSANCE PORTÉE PAR :



La confiance des consommateurs dans les produits surgelés



L'augmentation du nombre de repas à domicile, en famille



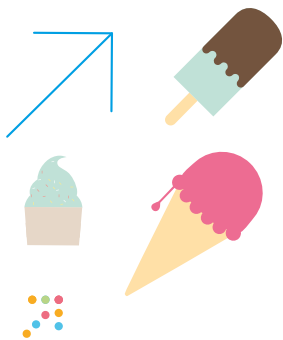
Une météo très favorable



L'importance de se faire plaisir dans un contexte anxiogène

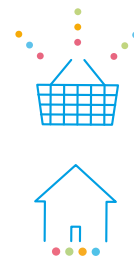
2

UNE CROISSANCE QUI SE POURSUIT EN SORTIE DE CONFINEMENT, AVEC L'IMPLANTATION DES NOUVEAUTÉS



+31%
DE CROISSANCE EN VALEUR
LA 1^{ÈRE} SEMAINE DE DÉCONFINEMENT

Source Nielsen ScanTrack tous circuits
1^{ère} semaine de déconfinement du 11 au 17/05

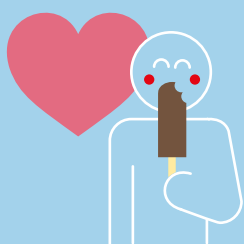


L'arrivée des nouveautés en magasin échelonnée d'avril à juin, plus tardivement que les années précédentes.

Les repas à domicile restent plus nombreux qu'avant le confinement, valorisant la catégorie, hors effet météo.

3

LA RÉPONSE GOURMANDE DES INDUSTRIELS POUR RÉGALER LES FRANÇAIS CET ÉTÉ



LE PLAISIR

RESTE LE 1^{ER} ITEM DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS SUR LA CATÉGORIE DES GLACES



Des enrobages et nappages gourmands
(chocolat rose, caramel beurre salé, beurre de cacahuète, bretzel...)



Des jeux de texture
(riz soufflé, brownie, amandes grillées, noisettes, cœur de pâte fondante...)



Des parfums fruités rafraichissants déclinés en sorbets ou crèmes glacées gourmandes
(cocktails de sorbet, grenade-fraise, citron-mandarine, pêche blanche, mangue...)

... 4 ...

ET DES ENGAGEMENTS FORTS POUR LA CATÉGORIE



LE BIEN-ÊTRE

DE LA PLANÈTE ET DES CONSOMMATEURS



Recettes réduites en sucre



Emballages recyclables



Mention de l'origine des matières premières



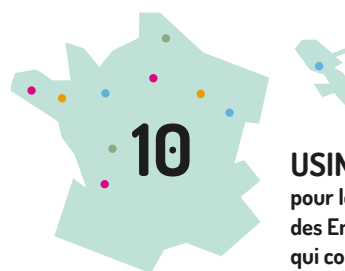
Élargissement des gammes bio

UN SAVOIR-FAIRE

DÉVELOPPÉ LOCALEMENT

63% DES FRANÇAIS PRÉFÈRENT ACHETER DES PRODUITS D'ORIGINE FRANÇAISE OU LOCALE

Source Nielsen ScanTrack - période de confinement du 16/03 au 26/04
HMSM+SDMP+Proxi+Drive



10

USINES EN FRANCE

pour les adhérents de l'Association des Entreprises des Glaces qui contribuent à la dynamique économique des territoires

... 5 ...

LES FORMATS MINI ET DE DÉTENTE PRÉFÉRÉS PAR LES CONSOMMATEURS

LES GLACES DÉTENTE SURVOLENT LES RÉSULTATS DU RAYON SURGELÉS SUCRÉS



189,1 M€

=

57,7%

DE PART DE MARCHÉ EN VALEUR EN HMSM+PROXI+DRIVE+SDMP

dont 15,8 M€ uniquement sur le DRIVE

LES FORMATS LES PLUS APPRÉCIÉS PENDANT LE CONFINEMENT

Croissance en valeur



MINI POTS
+91%



POTS
+53%



BATÔNNETS
+52%



CÔNES
+44%



BACS
+36%

Source Nielsen - Surgelés sucrés - Dernier Cumul à date - Semaine finissant le 10/05/2020

www.les-glaces.com

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

CONTACT PRESSE Agence MCD_Mot Compte Double **Vanessa Gellibert** vgellibert@agencemcd.fr T. 06 80 06 04 18