

*Avec un CA de 1,26 Mds €  
et une croissance de 10% cette année,  
les industriels des glaces réalisent  
une saison record !*



Portée par un effet météo bénéfique et des innovations gourmandes plébiscitées pendant les confinements, la catégorie des glaces renoue en 2020 avec une croissance à +10% en valeur. Un résultat record boosté par des Français en quête de produits plaisirs et des industriels qui ont placé l'innovation à son plus haut niveau pour les satisfaire. Dans la catégorie des glaces, le poids de cette innovation dépasse les 10%, dans un marché des PGC-FLS à 2,2% en moyenne. Résultat : les Français n'ont jamais consommé autant de glaces avec près de 440 000 acheteurs supplémentaires en 2020 pour plus de 24 millions de foyers consommateurs au total sur l'année. Un succès renforcé par les performances du drive, champion toute catégorie dans ce contexte sanitaire.

Parmi les enjeux 2021 de la catégorie et de l'Association des Entreprises des Glaces : innover, encore et toujours, pour proposer une expérience gustative unique aux consommateurs et leur proposer des produits toute l'année, quelle que soit la météo, en limitant les ruptures en linéaires. L'optimisation de la gestion des stocks est le défi majeur actuel des industriels et distributeurs, au cœur de la co-construction d'une supply chain plus agile.

## 2020 : *l'année de tous les records pour la catégorie des glaces*

Entre les pics de chaleur cet été, le redoux automnal et les confinements à répétition, les Français n'ont jamais autant cherché le plaisir et l'évasion dans leurs moments de consommation que cette année. Synonyme de gourmandise, les glaces ont répondu à toutes leurs attentes. **Résultats : +10,3% de croissance en valeur, à 1,26 Mds € en 2020, +8,9% en volume pour atteindre les 171,8 millions de kg vendus !** Après une année 2019 en demi-teinte, la catégorie des glaces signe une saison historique. Parmi les produits stars de cette année, **les minipots (+30,8% en valeur), les pots (+24,4%), et les bâtonnets (+13,3%) et cônes (+11,2%) hors mini.** Une profondeur de l'offre et une premiumisation qui séduisent de nouveaux consommateurs : près de **440 000 acheteurs supplémentaires cette saison, soit plus de 24 millions de foyers qui ont consommé des glaces en 2020 (85,4% de taux de pénétration).**



## *Plaisir & nouveautés: le duo gagnant pour le dessert préféré des Français*

Avec 4 innovations dans le top 10 des meilleurs lancements de 2020, la catégorie des glaces revendique son dynamisme. Les innovations « plaisir » atteignent aujourd'hui 30% des top 20 PGC-FLS et 45% du CA. Sur le rayon des surgelés sucrés, le poids de l'innovation représente

10,1% du CA, bien supérieur à la moyenne de 2,2% pour le marché des PGC-FLS. **En 2020, les entreprises des glaces ont lancé plus de 60 grandes innovations générant un CA de 987 millions d'€ !**

## *Expériences gustatives & évocation des sens à la carte de la saison 2021*

Toujours plus innovants, les membres de l'Association des Entreprises des Glaces promettent de nouvelles expériences à tous les aficionados des glaces : surprise des goûts, jeux de textures, ingrédients invitant au voyage, formats ludiques, associations de saveurs et couleurs inédites. **Avec 36% des nouveaux consommateurs qui ont entre 35 et 49 ans, la catégorie des glaces joue la carte du premium et des nouveaux moments de consommation.** Les industriels jouent la carte de la nouveauté pour (ré)inventer les instants glaces, à emporter, lovés sur le canapé ou en petit crunch à l'heure du goûter :

**>> invitation au voyage :** noix de pécan du Texas, la passion dans tous ses états associée à la mangue ou à la vanille de Madagascar, des glaces à l'italienne, du chocolat belge,...

**>> des nouveaux formats :** des bâtonnets ronds, des pots conçus en duo, des cônes en cookie...

**>> des mélanges de textures pour une expérience unique et gourmande :** cœurs fondants brownies, noisettes ou cookies, des morceaux de nougatine, des éclats d'amandes, des crunchs de chocolat, des fruits à croquer,...

**>> des couleurs attractives :** arc-en-ciel, gold, noire... pour le plaisir des yeux

**Et toujours une offre de glaces responsables :** recettes vegan, réduites en sucre, emballages recyclables, mention de l'origine des matières premières, production made in France, élargissement des gammes bio,...

## *Limiter les ruptures lors des vagues de chaleur : une opportunité de croissance pour la catégorie*

En un an, le taux de disponibilité dans les rayons s'est détérioré de près de 2 points pour atteindre les 89%. Sur un marché d'impulsion, l'impact est immédiat sur les actes d'achat, qui ne sont pas reportés, et la satisfaction client. Un manque à gagner qui représente 6,9% du CA pour les professionnels du secteur. Face à ce constat et à une météo de plus en plus atypique, l'Association des Entreprises des Glaces se mobilise pour transformer ce frein en une opportunité de croissance pour les industriels et les distributeurs. Objectifs prioritaires : une meilleure gestion de la volatilité naturelle de la demande et une limitation de la rupture, principalement lors des vagues de chaleur.

Pour réinscrire la supply chain au cœur des performances marché, l'Association des Entreprises des Glaces se mobilise aux côtés des distributeurs sur des axes de progression, des pistes d'amélioration identifiées par les experts supply chain des membres de l'association :

- **Eviter les sur-réactions** par le lissage de l'approvisionnement et l'optimisation des transports
- **Maîtriser les à-coups naturels des actes d'achats en magasin** via une transparence totale sur les stocks et une gestion optimisée de l'écrêtage
- **L'engagement sur des taux de croissance co-signés** en début de saison et la fixation d'un seuil mensuel.

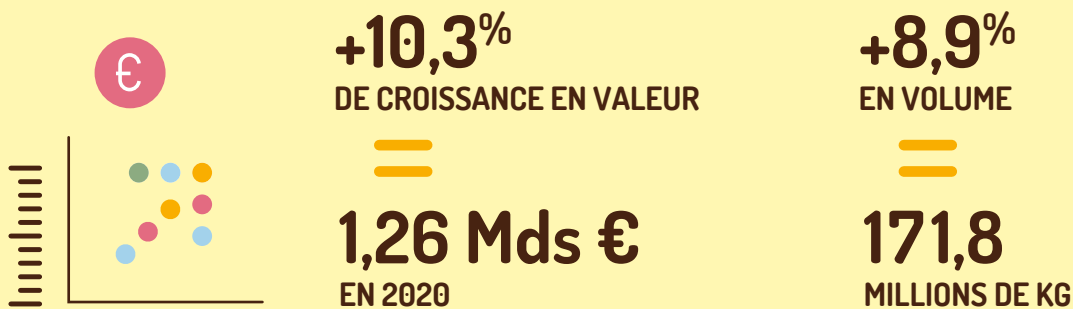


## Les chiffres-clés 2020 de la catégorie des glaces

EN 10 POINTS

... 1 ...

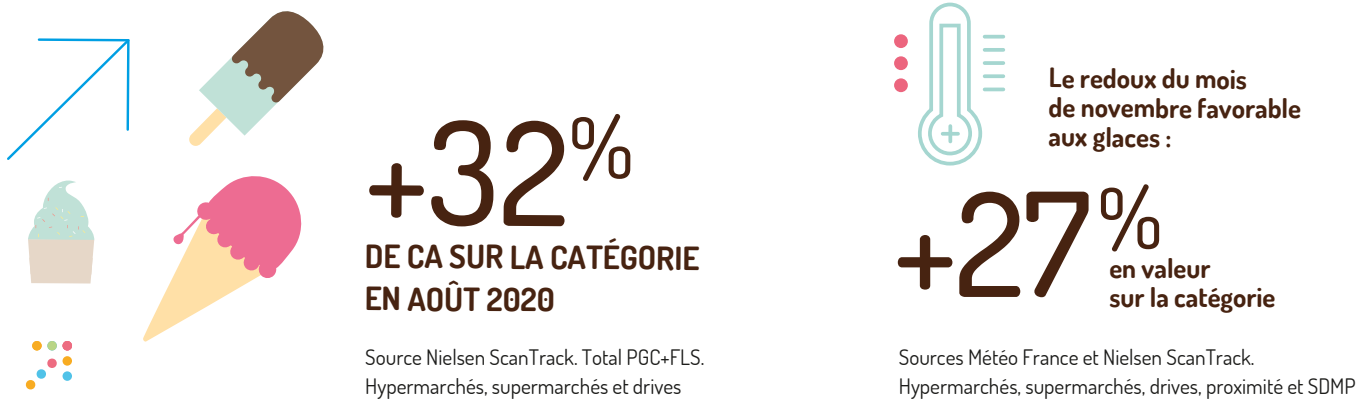
### UNE SAISON HISTORIQUE POUR LES ENTREPRISES DES GLACES



\* Données Nielsen Scantrack en cumul annuel au 3 janvier 2021

... 2 ...

### UNE MÉTÉO FAVORABLE POUR LA CATÉGORIE



... 3 ...

### LE PLAISIR DES FRANÇAIS PENDANT LE CONFINEMENT



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

... 4 ...

## LE BOOM DU DRIVE



**7,2%**  
DU CA DES GLACES

UN CA EN PROGRESSION  
DE **55,8%**



Une baisse en  
HMSM et Proxi

Source Nielsen. Glaces - CAM au 3 janvier 2021

... 5 ...

## LES PRODUITS STARS DE LA SAISON



**LES MINI POTS**  
+30,8% en valeur



**LES POTS**  
+24,4%



**LES BÂTONNETS**  
+13,3% (hors mini)



**LES CÔNES**  
+11,2% (hors mini)

Source Nielsen. HMSM + PROXI + DRIVE + SDMP - Ventes Valeur - CAM au 3 janvier 2021

... 6 ...

## LE DESSERT PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS



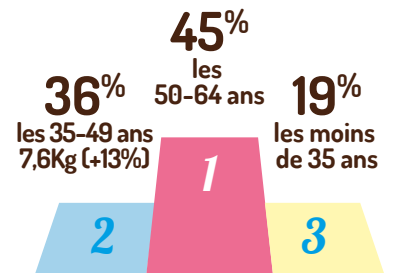
**85,4%** DE TAUX  
DE PÉNÉTRATION

**24 MILLIONS**  
DE FOYERS CONSOMMATEURS  
DE GLACES EN 2020

**+5%** DE VOLUMES  
D'ACHAT EN MOYENNE  
ENTRE 2018 ET 2020

SOIT  
**+ 437 018**  
ACHETEURS EN 2020

Y contribuent pour :



Source Nielsen Homescan - cumuls annuels au 3 janvier 2021 - Total France

... 7 ...

## UN PANIER MOYEN QUI SE VALORISE



**+7,4%**  
VS 2018



**4,7€** DÉPENSÉS DE PLUS  
EN MOYENNE PAR  
FOYER EN 2020

Source Nielsen Homescan - cumuls annuels - Total France

... 8 ...

## LES INNOVATIONS, MOTEUR DE LA CATÉGORIE

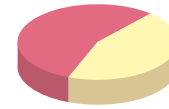


**4** PRODUITS GLACÉS  
DANS LE **TOP 10**  
DES MEILLEURS  
LANCEMENTS 2020



**10,1%\***  
DU CA  
REPRÉSENTÉ PAR  
DES INNOVATIONS

\* sur la saison



Les innovations de la  
catégorie des glaces  
contribuent  
POUR **58%** À LA HAUSSE DU  
CA 2020 DES HMSM

Données Nielsen ScanTrack™ HMSM – CAM P13 2020 – Poids de l'innovation hors MDD

Données Nielsen ScanTrack™ HMSM – Glaces hors MDD.  
Saison 2020 (cumul du 23 mars au 4 octobre)

... 9 ...

## ENJEU 2021 : ACCROÎTRE LA DISPONIBILITÉ EN LINÉAIRES TOUTE LA SAISON



**6,9%** DE CA MANQUÉ  
EN RAISON  
DES RUPTURES

**89%** DE TAUX DE  
DISPONIBILITÉ  
EN VOLUME

SOIT  
**-1,7 pts**  
EN 1 AN

Source Nielsen : Périmètre: Données OSA – échantillon représentatif d'enseignes et d'industriels glaciers – 2020

... 10 ...

## ET UN DÉBUT DE SAISON 2021 EN CROISSANCE



**+11,3%**  
DE PROGRESSION  
DU C.A. GLACES



**+9%** EN VOLUME  
SOIT **780** TONNES  
SUPPLÉMENTAIRES



**+35%**  
DE C.A. EN PLUS POUR  
LE SEGMENT DES POTS

Source : Nielsen Scantrack – Cumul 8 semaines au 28 février 2021 vs 8 semaines au 1er mars 2020 – HMSM+Proxi+Drive+SDMP

### 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](http://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](mailto:vgellibert@agencemcd.fr) T. 06 80 06 04 16