

Croissance & innovation nourrissent la catégorie des glaces



Malgré le contexte inflationniste, les Français n'ont pas renoncé à leur passion pour les glaces en 2023. Le marché a enregistré un chiffre d'affaires record atteignant 1,5 milliard d'euros (HMSM+SDMP+PROXI+DRIVE), soit une croissance de 7,4% par rapport à l'année précédente (NielsenIQ) malgré un léger recul des ventes en volumes. Avec 24,4 millions de foyers consommateurs de glaces, ce produit plaisir, moteur de la dynamique d'innovation des PGC avec près de 58 M€ générés par les nouveautés, ne cesse de se réinventer pour tous les goûts et sous tous les formats. Résultat : la catégorie compte 600 000 nouveaux fondus de glaces supplémentaires depuis 2021.

● ● ● **Bâtonnets toujours en tête, minis formats en plein essor**

En lien avec les habitudes de consommation, les formats nomades continuent de séduire. Ainsi, **les bâtonnets restent le segment leader du marché**, représentant 26,6% du chiffre d'affaires. En 2023, 53,3% des Français en ont acheté au cours de l'année, **suivis par les cônes et les bacs**, respectivement sur la 2^{ème} et 3^{ème} marche du podium.

Parmi les grandes tendances de la catégorie, **les formats minis sont en plein essor** avec la plus forte progression de la saison (+11,4% en valeur et +15,2% en volume). Ces petits formats gagnent ainsi 0,3 points de PDM en valeur en 2023 pour atteindre 10,3% de PDM et se classer 4^{ème} format préféré des consommateurs. Une évolution qui se poursuivra en 2024 avec le lancement de nombreuses innovations en version mini pour un maximum de plaisir.



● ● ● **Au cœur du rayon : l'importance d'une offre équilibrée en linéaires**

Si **les supermarchés restent encore le circuit de distribution leader** en termes de PDM valeur sur le secteur des glaces, ce sont **les SDMP qui enregistrent la croissance la plus forte en 2023** (+2,3 pts soit 13,6% de PDM). Alors que l'ensemble des circuits ont rationalisé les offres en réponse à l'inflation, les enseignes SDMP ont quant à elles augmenté de 14% en moyenne le nombre de références de glaces. Développer l'offre en rayon, en optimisant les références produits entre MDD et marques nationales ainsi qu'entre best-sellers et nouveautés, assurerait une dynamique de croissance du rayon. Selon les estimations de Nielsen, une optimisation de +1% dans le rayon surgelés sucrés des hypermarchés aurait un impact de +5% sur le CA.

● ● ● Une année marquée par l'innovation et une consommation « hors saison »

Depuis sa création, l'Association des Entreprises des Glaces et ses adhérents agissent en faveur d'une désaisonnalisation de la consommation des glaces, un produit plaisir qui se savoure toute l'année. Avec des effets météo de plus en plus imprévisibles, les industriels développent des collections conçues pour garnir les rayons surgelés et répondre aux attentes des consommateurs quelle que soit la saison. Ainsi, **les mois de septembre et octobre 2023 ont connu un bond des ventes de glaces** – avec un pic à +36,3% de ventes UC au 1^{er} octobre (vs n-1) – soutenu par un effet « été indien ». **Les bûches glacées ont également connu un succès significatif en fin d'année**, avec une croissance des ventes UC de 11,7% à fin décembre (vs n-1).



Pour répondre à ces enjeux, **le surgelé sucré continue de se distinguer comme l'un des rayons les plus innovants du secteur PGC-FLS**, avec un nombre record de 72 innovations lancées en 2023 générant 2,4% du CA (au-dessus de la moyenne des PGC). Cette dynamique traduit plus que jamais la volonté des industriels des glaces de répondre au plus près des attentes des consommateurs, tant en termes de goûts, de textures, d'expériences de dégustation que de recherche de produits plus responsables.



● ● ● La filière s'engage dans la réduction de ses emballages

L'année 2023 a marqué un tournant décisif pour l'Association des Entreprises des Glaces dans son engagement environnemental, en particulier sur les enjeux liés à la réduction des emballages plastiques à usage unique.

L'association a élaboré une feuille de route 3R (réduction – réemploi – recyclabilité) des emballages plastiques à usage unique du secteur des glaces pour **réduire l'empreinte écologique du secteur** et atteindre les objectifs réglementaires fixés par la loi AGEC soit :

- 20% de réduction des emballages en PUU d'ici fin 2025 dont au minimum la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation
- tendre vers 100% de recyclage des emballages en PUU d'ici le 1^{er} janvier 2025.

Grâce à une méthodologie rigoureuse, initiée en novembre 2022 **avec le soutien du cabinet RDC Environment et de l'ADEME**, l'association a diagnostiqué la situation sectorielle et identifié des alternatives viables aux emballages plastiques traditionnels. Cela inclut les emballages primaires, secondaires, et tertiaires, chacun faisant l'objet d'une attention particulière pour améliorer leur réemploi et leur recyclabilité. Ces efforts collectifs témoignent de la **détermination des acteurs du secteur à atteindre une réduction significative des emballages plastiques.**



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

Vanessa Gellibert – vgellibert@motcomptedouble.fr – 06 80 06 04 16

en chiffres-clés



1,52
MILLIARD d'€
de CA en 2023
+7,4
vs 2022

Source : NielsenIQ ScanTrack | HMSM, Proxi, Ecom et SDMP

-3,1%
d'unités vendues vs 2022
mais
+7,1%
vs 2021

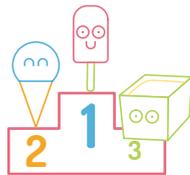
Source : NielsenIQ Scantrack | HMSM+SDMP+Drive+Proxi



24,4
MILLIONS
de foyers acheteurs de glace
en France en 2023
(soit 84% des foyers français.)
Source : NielsenIQ Homescan



+600.000
nouveaux acheteurs depuis 2021
Source : NielsenIQ Homescan



TOP 3 DES FORMATS

Bâtonnets hors-mini : 26,2%
Cônes hors-mini: 19,1%
Bacs : 13%

Données NielsenIQ ScanTrack | HMSM+Proxi+SDMP+drive



Une consommation toute l'année

+36,3% des ventes UVC en octobre
+11,7% en décembre (vs n-1)

Une montée en puissance des mini formats

+11,4% en valeur
+15,2% en volume

Données NielsenIQ Homescan | TOTAL FRANCE



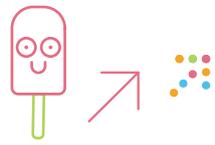
58
MILLIONS d'€
CA total des innovations

72
INNOVATIONS
en 2023 vs 52 en 2022 :
un chiffre record !
Source : NielsenIQ Scantrack | HMSM | P4_P8 2023



Les supermarchés
circuit de distribution leader
sur la catégorie des glaces
avec

34,9%
de PDM
Source : NielsenIQ ScanTrack



Une croissance
marquée du CA en SDMP,
sous-tendue par
une augmentation de

14%
en moyenne
de l'assortiment de glaces
dans les rayons
Source : NielsenIQ ScanTrack

Cap vers 2024 et les innovations qui feront sensations

Le marché des glaces s'enrichit de mélanges de textures inédits : contrastes envoûtants, saveurs intenses et sensations variées pour une expérience unique.

Focus sur les 7 grandes tendances de la saison :

1 Ultra Gourmandise

Chocolat, caramel et vanille s'allient au spéculoos, au chamallow et au cookie pour une explosion de plaisir sans compromis. De nouvelles combinaisons intenses qui séduiront petits et grands amateurs de gourmandise.



2

Honey, honey...

En 2024, le miel s'associe à nos saveurs préférées pour un moment glacé à la douceur incomparable. Au format bâtonnet ou sundae, le précieux nectar fera butiner de bonheur !



3

Salade de fruits, jolie jolie...

Faites voyager vos papilles avec des arômes gorgées de soleil. Myrtille, datte, citron, framboise...

Préparez-vous à une explosion de saveurs !



4

Pâtisserie en folie

La tendance est à la gourmandise, avec des glaces inspirées de nos pâtisseries favorites. Le chocolat et la vanille se réinventent façon macaron, cheesecake, avec des morceaux de Spéculoos ou ornées de pépites de sucre et bonbons pétillants...



5

Dolce Vita :

« Il gelato italiano » reste sur le devant de la scène cette année. Avec ses glaces à l'italienne ou encore la stracciatella, l'Italie n'a pas fini de nous faire rêver... et savourer.



6

Petit plaisir :

Succombez à vos envies glacées avec une variété de formats : en cône, en bouchée ou en pot ; au café, aux fruits ou au caramel, les miniatures se déclinent à tous les goûts. À déguster sans modération.

Naturalité :

Les industriels des glaces réinventent leurs produits avec des ingrédients locaux et des recettes plus naturelles. Crème et lait français, glaces façon yaourt, options végétariennes et vegan : une révolution glacée vers plus de simplicité et de responsabilité environnementale.

7

