

# Le baromètre IRI et Surgelé

Growth delivered.

## Les performances du Rayon Grand Froid P3 (CAM arrêté au 28 mars 2021) / P3 (cumul mobile A - 2)

Évolution des ventes des surgelés et des glaces tous circuits GSA (HM + SM + EDMP + DRIVE + PROXI)

### LES MARQUES

Évolution ventes en valeur	P3 mars (vs P3 2020)	P3 mars (vs P3 2019)	Dernier trimestre à P3 2020	Dernier trimestre à P3 2019	Cumul annuel mobile	Cumul mobile A - 2
Marques nationales	- 8,3 %	20,6 %	3,6 %	17,5 %	9,4 %	9,6 %
MDD	- 15,7 %	14,3 %	- 1,7 %	13,6 %	7,4 %	11,8 %
PdM MDD	50,7		51,8		47,8	
Evol. PdM MDD	- 2,1	- 1,3	- 1,3	- 0,8	- 0,5	0,5

### LES SEGMENTS DE PRODUITS À LA LOUPE

Évolution ventes en valeur surgelés sucrés	P3 mars (vs P3 2020)	P3 mars (vs P3 2019)	Dernier trimestre à P3 2020	Dernier trimestre à P3 2019	Cumul annuel mobile	Cumul mobile A - 2
Glaces à partager	84,2 %	8,2 %	7,9 %	- 15,6 %	- 8,7 %	-19,6%
Glaces en vrac	22,6 %	25,0 %	17,0 %	18,9 %	10,4 %	6,8%
Glaces individuelles	14,0 %	30,1 %	14,0 %	22,9 %	12,0 %	8,8%
Glaces fin d'année	- 9,8 %	101,4%	- 3,7 %	44,4 %	- 0,9 %	9,5%
Desserts et pâtisseries*	33,6 %	32,3 %	16,2 %	23,2 %	12,5 %	13,3%

#### Évolution ventes en valeur surgelés salés

Poissons	- 33,1 %	9,2 %	- 11,5 %	13,2 %	7,0 %	12,5 %
Fruits de mer	20,2 %	34,1 %	18,8 %	22,3 %	16,8 %	15,1 %
Pizzas	- 22,1 %	- 1,8 %	- 6,7 %	2,9 %	0,9 %	1,0 %
Entrées	7,0 %	19,6 %	7,1 %	11,4 %	7,0 %	7,5 %
Légumes	- 19,6 %	16,9 %	- 2,6 %	15,9 %	6,6 %	13,4 %
Plats cuisinés	- 17,6 %	6,4 %	- 4,0 %	8,3 %	3,9 %	5,8 %
Sauces et herbes	- 2,0 %	16,8 %	11,3 %	17,5 %	11,2 %	11,4 %
Viandes	- 24,9 %	19,7 %	- 1,9 %	20,3 %	10,2 %	16,7%
Pommes de terre	- 5,5 %	21,7 %	5,2 %	19,4 %	8,4 %	16,2%

(\*) : dont fruits

## LE RAYON GRAND FROID

Évolution ventes en valeur	Total surgelés + glaces	Le surgelé sucré	Le surgelé salé
P3 mars (vs P3 2020)	-12,2 %	19,5 %	-17,1 %
P3 mars (vs P3 2019)	17,4 %	28,7 %	15,1 %
Dernier trimestre à P3 2020	0,8 %	14,8 %	-1,3 %
Dernier trimestre à P3 2019	15,4 %	21,2 %	14,5 %
Cumul annuel mobile	8,4 %	10,9 %	7,6 %
Cumul mobile A - 2	10,7 %	8,2 %	11,6 %

Évolution ventes en volume	Total surgelés + glaces	Le surgelé sucré	Le surgelé salé
P3 mars (vs P3 2020)	-16,4 %	17,9 %	-19,5 %
P3 mars (vs P3 2019)	11,4 %	23,5 %	10 %
Dernier trimestre à P3 2020	-2,1 %	14,9 %	-3,6 %
Dernier trimestre à P3 2019	11,1 %	19,1 %	10,4 %
Cumul annuel mobile	6 %	9,6 %	5,2 %
Cumul mobile A - 2	8 %	7,2 %	8,2 %

Évolution ventes en unités	Total surgelés + glaces	Le surgelé sucré	Le surgelé salé
P3 mars (vs P3 2020)	-11,7 %	16,9 %	-16,2 %
P3 mars (vs P3 2019)	14,8 %	25,3 %	12,7 %
Dernier trimestre à P3 2020	0,8 %	13,6 %	-1,1 %
Dernier trimestre à P3 2019	13,7 %	20,1 %	12,7 %
Cumul annuel mobile	7,9 %	10,7 %	6,9 %
Cumul mobile A - 2	9,3 %	7,7 %	9,9 %



### BAROMÈTRE IRI-LMDS

## Un comparatif à la fois sur 2020 et 2019

Sur la P3 2021, les ventes sont logiquement en net repli par rapport à mars dernier, qui marquait le début du premier confinement. Mais en comparaison avec 2019, la progression du marché est flagrante.

**M**aintenant, on rentre dans le dur, sachant que les premiers effets de la pandémie se font ressentir à partir de mars 2020, date de l'instauration du premier confinement. Donc forcément, cela chute sensiblement si on compare les résultats de la P3 sur 2021 par rapport à celle de l'année dernière. C'est pourquoi notre partenaire IRI nous donne ici (et au moins jusqu'en fin d'année) les évolutions à la fois en cumul annuel mobile (vs 2020) mais également à 2 ans (vs 2019). Compte tenu du fait que l'année 2020 a été une année atypique en termes de conso sur les surgelés, cette double analyse permet de mieux appréhender les gains réels du marché.

### Une poussée indéniable sur le long terme

Et ces gains sont flagrants par rapport à 2019. Ainsi, en mars 2021, le surgelé salé baisse certes de 17 % en valeur vs mars 2020, mais grimpe de 15 % par rapport à la même période en 2019. Constat assez voisin côté volumes, avec une baisse de 19 % vs mars 2020, mais une hausse de 10 % en comparaison avec 2019. Dans le détail, à l'exception des pizzas, toutes les catégories du salé présentent de fortes progressions entre la P3 2019 et celle de cette année, avec une mention spéciale pour les fruits de mers, qui affichent un historique + 34 % en valeur vs mars 2019 (soit + 15 % en cumul annuel des ventes sur 2 ans).

Quant aux glaces, servies par une météo favorable, elles confirment leur très bonne entame de l'année 2021. Le surgelé sucré progresse ainsi de 15 % en valeur comme en volume sur ce premier trimestre par rapport à la même période de l'année précédente.

#### Grille de lecture :

P3 mars : l'évolution sur la période en comparaison avec la période de l'année dernière (vs P3 2020) et celle de l'année précédente (vs P3 2019).

Dernier trimestre : l'évolution sur les trois derniers mois en comparaison avec les trois mêmes périodes sur l'année dernière (Dernier trimestre à P3 2020) et celle de l'année précédente (Dernier trimestre à P3 2019).

Cumul annuel mobile (CAM) : l'évolution sur une année mobile arrêtée ici à la P3 2021, par rapport à 2020 (CAM) et 2019 (CAM A - 2)