

# Le baromètre IRI et Surgelé

## Les performances du Rayon Grand Froid P5 (CAM arrêté au 30 mai 2021) / P5 (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	P5 mai (vs P5 2020)	P5 mai (vs P5 2019)	Dernier trimestre à P5 2020	Dernier trimestre à P5 2019	Cumul annuel mobile	Cumul mobile A - 2
Marques nationales	- 9,3 %	18,0 %	- 7,5 %	17,9 %	4,4 %	10,1 %
MDD	- 10,3 %	11,9 %	- 12,9 %	13,1 %	1,5 %	10,1 %
PdM MDD	45,4		48,3		47,6	
Evol. PdM MDD	- 0,3	- 1,3	- 1,5	- 1,0	- 0,7	0,0

### LES SEGMENTS DE PRODUITS À LA LOUPE

Évolution ventes en valeur surgelés sucrés	P5 mai (vs P5 2020)	P5 mai (vs P5 2019)	Dernier trimestre à P5 2020	Dernier trimestre à P5 2019	Cumul annuel mobile	Cumul mobile A - 2
Glaces à partager	- 31,6 %	- 12,3 %	4,8 %	- 21,1 %	- 9,0 %	- 20,8 %
Glaces en vrac	- 24,1 %	13,1 %	- 6,6 %	17,4 %	1,6 %	8,5 %
Glaces individuelles	- 28,8 %	14,3 %	- 16,5 %	23,3 %	- 1,8 %	10,5 %
Glaces fin d'année	- 24,9 %	167,3 %	- 21,1 %	85,7 %	- 1,3 %	9,5 %
Desserts et pâtisseries*	- 6,5 %	18,2 %	7,7 %	20,6 %	8,1 %	11,7 %

Évolution ventes en valeur surgelés salés	P5 mai (vs P5 2020)	P5 mai (vs P5 2019)	Dernier trimestre à P5 2020	Dernier trimestre à P5 2019	Cumul annuel mobile	Cumul mobile A - 2
Poissons	- 11,0 %	9,5 %	- 25,0 %	10,1 %	- 1,4 %	9,7 %
Fruits de mer	- 6,6 %	18,9 %	- 0,1 %	19,6 %	11,7 %	12,8 %
Pizzas	1,7 %	10,5 %	- 11,1 %	2,6 %	- 0,6 %	0,8 %
Entrées	2,5 %	13,7 %	3,1 %	11,0 %	6,3 %	6,0 %
Légumes	3,7 %	13,4 %	- 9,9 %	15,2 %	4,0 %	12,3 %
Plats cuisinés	5,3 %	15,8 %	- 5,5 %	11,9 %	2,8 %	6,1 %
Sauces et herbes	- 8,8 %	8,6 %	- 8,6 %	12,6 %	5,1 %	9,0 %
Viandes	- 0,2 %	17,6 %	- 13,9 %	18,8 %	5,6 %	15,2 %
Pommes de terre	8,0 %	24,9 %	1,6 %	20,1 %	7,6 %	15,5 %

(\*) : dont fruits

## LE RAYON GRAND FROID

Évolution ventes en valeur	Total surgelés + glaces	Le surgelé sucré	Le surgelé salé
P5 mai (vs P5 2020)	- 9,8 %	- 26,5 %	0,3 %
P5 mai (vs P5 2019)	15,1 %	14,1 %	15,6 %
Dernier trimestre à P5 2020	- 10,2 %	- 12,0 %	- 9,6 %
Dernier trimestre à P5 2019	15,6 %	20,8 %	14,0 %
Cumul annuel mobile	3,0 %	- 0,4 %	4,3 %
Cumul mobile A - 2	10,1 %	9,5 %	10,3 %

Évolution ventes en volume	Total surgelés + glaces	Le surgelé sucré	Le surgelé salé
P5 mai (vs P5 2020)	- 8,3 %	- 29,2 %	- 0,8 %
P5 mai (vs P5 2019)	12,3 %	10,3 %	12,8 %
Dernier trimestre à P5 2020	- 11,3 %	- 14,7 %	- 10,6 %
Dernier trimestre à P5 2019	11,8 %	15,9 %	11,1 %
Cumul annuel mobile	1,4 %	- 2,1 %	2,2 %
Cumul mobile A - 2	7,5 %	7,7 %	7,4 %

Évolution ventes en unités	Total surgelés + glaces	Le surgelé sucré	Le surgelé salé
P5 mai (vs P5 2020)	- 10,3 %	- 28,6 %	0,8 %
P5 mai (vs P5 2019)	14,4 %	12,3 %	15,3 %
Dernier trimestre à P5 2020	- 9,5 %	- 14,4 %	- 7,9 %
Dernier trimestre à P5 2019	14,8 %	18,9 %	13,5 %
Cumul annuel mobile	2,7 %	- 1,5 %	4,3 %
Cumul mobile A - 2	9,3 %	8,8 %	9,4 %



### BAROMÈTRE IRI-LMDS P5 2021

## Des signes toujours positifs en mai pour le salé

Sur la P5 2021, si les glaces font les frais d'une météo capricieuse, les ventes de surgelé salé restent très bien orientées en comparaison avec mai 2019. De bon augure pour la suite.

Le baromètre IRI - Le Monde du Surgelé présente un bilan des ventes de surgelés en circuits HM + SM + EDMP + PROXI + DRIVE arrêté cette fois au 30 mai 2021. Si on compare ces ventes par rapport à celle de mai 2020, durant laquelle s'est clôturé le premier confinement, le surgelé salé fait mieux que résister, en affichant même une légère progression de son chiffre d'affaires (+ 0,3 %) pour des volumes en retrait de 0,8 %. Mais surtout, si on compare cette fois ces performances avec mai 2019, on commence à pouvoir se faire une idée plus précise des gains réels du marché, qui s'affirment très nettement sur le salé. Ainsi, en mai 2021, les ventes valeur du surgelé salé font un bond en avant de 15 % vs celles de mai 2019, pour des volumes en hausse de 13 %. Si on raisonne cette fois en cumul annuel mobile des ventes, le chiffre d'affaires progresse de 10 % et les volumes se bonifient de 7 % vs 2019.

### La pomme de terre, nouvelle star du Grand Froid

Toujours sur le salé, mention spéciale pour la catégorie des produits de pommes de terre, dont les ventes progressent en valeur de 8 % par rapport à mai 2020, et presque + 25 % vs mai 2019. Plus généralement, toutes les catégories du salé, à l'exception notable tout de même des pizzas, ont gagné du terrain sur deux ans. Du côté des glaces, après un début d'année démarré en fanfare, les ventes subissent les effets d'une météo qui s'est fortement dégradée entre avril et mai. En conséquence, les ventes reculent très sensiblement sur la période, toutes familles de produits confondues, avec donc un cumul annuel mobile du CA comme des volumes qui bascule légèrement dans le négatif (mais reste bien orienté par rapport à 2019).

#### Rappel grille de lecture:

P5 mai: l'évolution sur la période en comparaison avec la période de l'année dernière (vs P5 2020) et celle de l'année précédente (vs P5 2019).

Dernier trimestre: l'évolution sur les trois derniers mois en comparaison avec les trois mêmes périodes sur l'année dernière (Dernier trimestre à P5 2020) et celle de l'année précédente (Dernier trimestre à P5 2019).

Cumul annuel mobile (CAM): l'évolution sur une année mobile arrêtée ici à la P5 2021, par rapport à 2020 et 2019 (cumul annuel mobile A - 2)