

# Le baromètre IRI et Surgelé

## Les performances du Rayon Grand Froid P8 (CAM arrêté au 29 août 2021) / P8 (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	P8 août (vs P8 2020)	Dernier trimestre à P8 2020	Cumul annuel mobile	P8 août (vs P8 2019)	Dernier trimestre à P8 2019	Cumul annuel mobile A - 2
Marques nationales	- 5,3 %	0,0 %	3,5 %	10,6 %	3,1 %	9,9 %
MDD	- 5,9 %	- 6,2 %	- 0,9 %	0,8 %	- 1,7 %	8,1 %
PdM MDD	41,1	40,3	47,3			
Evol. PdM MDD	- 0,2	- 1,5	- 1,1	- 2,3	- 1,2	- 0,4

### LES SEGMENTS DE PRODUITS À LA LOUPE

Évolution ventes en valeur surgelés sucrés	P8 août (vs P8 2020)	Dernier trimestre à P8 2020	Cumul annuel mobile	P8 août (vs P8 2019)	Dernier trimestre à P8 2019	Cumul annuel mobile A - 2
Glaces à partager	- 18,2 %	- 14,9 %	- 9,8 %	- 13,5 %	- 24,3 %	- 22,6 %
Glaces en vrac	- 20,7 %	- 11,5 %	- 3,0 %	- 0,4 %	- 12,2 %	1,9 %
Glaces individuelles	- 13,7 %	- 3,3 %	- 2,3 %	10,3 %	- 5,3 %	6,1 %
Glaces fin d'année	- 10,5 %	56,4 %	- 1,2 %	74,1 %	113,2 %	9,8 %
Desserts et pâtisseries*	9,2 %	4,4 %	7,3 %	18,8 %	16,6 %	14,1 %

#### Évolution ventes en valeur surgelés salés

Poissons	- 3,8 %	- 6,6 %	- 4,7 %	1,5 %	2,6 %	8,6 %
Fruits de mer	- 10,6 %	- 13,8 %	5,9 %	- 0,8 %	- 1,9 %	9,9 %
Pizzas	- 3,8 %	- 1,1 %	- 1,5 %	- 1,6 %	1,8 %	1,9 %
Entrées	6,5 %	4,4 %	6,2 %	8,2 %	11,3 %	6,8 %
Légumes	2,9 %	- 1,0 %	2,0 %	4,4 %	10,5 %	12,1 %
Plats cuisinés	3,0 %	1,9 %	2,0 %	3,8 %	8,3 %	7,6 %
Sauces et herbes	- 4,0 %	- 6,2 %	3,2 %	- 4,6 %	- 4,1 %	7,3 %
Viandes	5,9 %	0,3 %	3,8 %	10,0 %	8,9 %	15,4 %
Pommes de terre	9,2 %	6,1 %	7,0 %	10,3 %	15,4 %	15,7 %

(\*) : dont fruits

## LE RAYON GRAND FROID

Évolution ventes en valeur	P8 août (vs P8 2020)	Dernier trimestre à P8	Cumul annuel mobile
<b>Total (surgelés + glaces)</b>	- 5,6 %	- 2,6 %	1,4 %
Le surgelé sucré	- 14,4 %	- 4,9 %	- 1,7 %
Le surgelé salé	2,0 %	- 0,7 %	2,5 %

Évolution ventes en volume	P8 août (vs P8 2020)	Dernier trimestre à P8	Cumul annuel mobile
<b>Total (surgelés + glaces)</b>	- 5,6 %	- 3,7 %	- 0,4 %
Le surgelé sucré	- 18,0 %	- 7,6 %	- 4,0 %
Le surgelé salé	1,2 %	- 1,8 %	0,5 %

Évolution ventes en unités	P8 août (vs P8 2020)	Dernier trimestre à P8	Cumul annuel mobile
<b>Total (surgelés + glaces)</b>	- 6,8 %	- 3,3 %	0,9 %
Le surgelé sucré	- 16,7 %	- 6,5 %	- 3,3 %
Le surgelé salé	1,9 %	- 0,6 %	2,5 %

Évolution ventes en valeur	P8 août (vs P8 2019)	Dernier trimestre à P8	Cumul annuel mobile A - 2
<b>Total (surgelés + glaces)</b>	6,4 %	1,1 %	9,0 %
Le surgelé sucré	7,9 %	- 6,2 %	5,4 %
Le surgelé salé	5,3 %	7,6 %	10,4 %

Évolution ventes en volume	P8 août (vs P8 2019)	Dernier trimestre à P8	Cumul annuel mobile A - 2
<b>Total (surgelés + glaces)</b>	1,8 %	- 0,4 %	6,4 %
Le surgelé sucré	2,0 %	- 10,2 %	1,8 %
Le surgelé salé	1,8 %	5,2 %	7,4 %

Évolution ventes en unités	P8 août (vs P8 2019)	Dernier trimestre à P8	Cumul annuel mobile A - 2
<b>Total (surgelés + glaces)</b>	4,6 %	0,1%	8,1 %
Le surgelé sucré	4,4 %	- 8,3 %	3,9 %
Le surgelé salé	4,7 %	7,9 %	9,6 %



© Le Monde du Surgelé - 2021

### BAROMÈTRE IRI-LMDS P8 2021

## Le recul des glaces s'accroît en août

**Sur la P8 2021, si les ventes de surgelé salé restent bien orientées (par rapport à 2019), la conso des glaces est fortement impactée par les conditions météo et les rappels de produits.**

Le baromètre IRI - Le Monde du Surgelé présente un bilan des ventes de surgelés en circuits HM + SM + EDM + PROXI + DRIVE arrêté cette fois au 28 août 2021. Comme en juillet, les résultats laissent entrevoir des résultats à deux vitesses entre d'une part le salé, d'autre part les glaces. Sur le salé, si on compare ces ventes par rapport à celles d'août 2020, le surgelé salé fait encore bonne figure, en affichant même une légère progression de son chiffre d'affaires (+ 2 %) pour des volumes en léger retrait de 0,7 %. La dynamique est encore plus flagrante, si on compare cette fois ces performances avec août 2019. Les gains réels engendrés depuis la crise du Covid, sur le salé, semblent bien tenir sur le long terme.

Ainsi, en août 2021, le CA des ventes du surgelé salé gagne 5,3 % vs celles d'août 2019, pour des volumes en hausse de plus de 1,8 %. Si on raisonne cette fois en cumul annuel mobile des ventes, la croissance du CA se maintient au dessus des 10 % et les volumes se bonifient de + 7,4 % vs 2019.

### La pomme de terre toujours au top

Sur le salé, mention spéciale pour la catégorie des produits de pommes de terre, dont les ventes ne cessent de progresser : + 7 % en CAM vs 2020 (année Covid) et + 15,7 % sur deux ans. Plus généralement, l'ensemble des catégories du salé gagnent toujours du terrain sur deux ans.

Du côté des glaces, après un début d'année démarré sur les chapeaux de roues, c'est plutôt la Bérézina. Les ventes ont continué à subir les effets d'un été très timide, sans parler des rappels massifs de références (oxyde d'éthylène), qui ont pesé sur la disponibilité en rayon. En conséquence, les ventes reculent très sensiblement sur la période, toutes familles de produits confondues, avec un cumul annuel mobile du CA comme des volumes qui en fait les frais. ■

#### Rappel grille de lecture :

**P8 août :** l'évolution sur la période en comparaison avec la période de l'année dernière (vs P8 2020) et celle de l'année précédente (vs P8 2019).

**Dernier trimestre :** l'évolution sur les trois derniers mois en comparaison avec les trois mêmes périodes sur l'année dernière (Dernier trimestre à P8 2020) et celle de l'année précédente (Dernier trimestre à P8 2019).

**Cumul annuel mobile (CAM) :** l'évolution sur une année mobile arrêtée ici à la P8 2021, par rapport à 2020 et 2019 (cumul annuel mobile A - 2)