

• • • • 1.397 Mds € de CA, • • • •
700 000 nouveaux acheteurs... :
2022, l'année de tous les records
pour le marché des glaces !

**ANNÉE APRÈS ANNÉE, LA GLACE S'IMPOSE
COMME UNE VALEUR REFUGE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS.**

Dans la lignée d'une croissance durable de 3% en moyenne depuis 10 ans, la catégorie des glaces a connu une saison historique, avec une augmentation de son chiffre d'affaires de 14.2% sur un marché global des produits de grande consommation (PGC-FLS) de 4.3% selon NielsenIQ. Un résultat record porté par des Français en quête de produits plaisir, accessibles et une dynamique des industriels qui cherchent à créer, innover et réinventer les instants de consommation. Bilan : des Français toujours plus nombreux à consommer des glaces puisque près de 700 000 nouveaux foyers en ont acheté cette année soit près de 25 millions de foyers consommateurs au total. Produit plaisir par excellence, les Français plébiscitent encore et toujours la glace, facteur de réconfort dans un contexte morose.

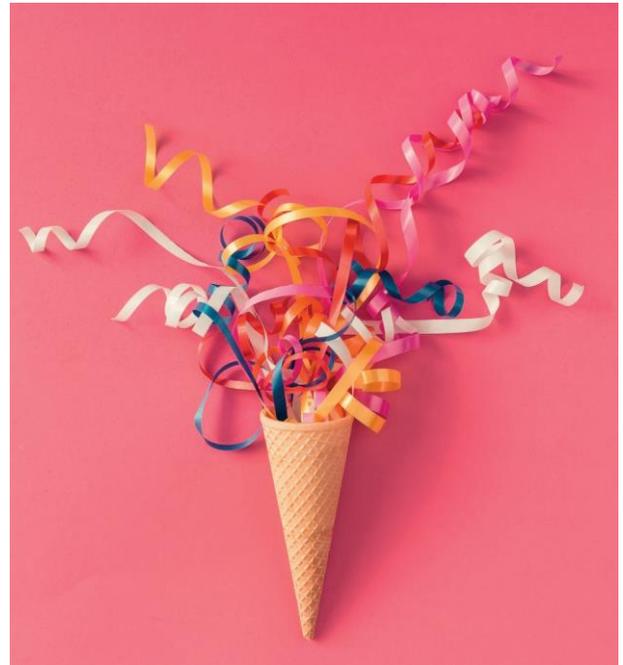


• • • • Une année historique pour la catégorie des glaces

Après une saison 2021 déjà très favorable, 2022 marque une année record pour les glaces d'après le bilan de NielsenIQ pour l'Association des Entreprises de Glaces.. La catégorie enregistre ainsi une **croissance de 14% en valeur** pour un **chiffre d'affaires d'1.397 mds d'€** et parvient à recruter **700 000 nouveaux foyers**. Parmi les produits incontournables, **les bâtonnets restent leaders (27%), suivis des cônes (17.8%) qui connaissent une belle croissance de +28.4% et des bacs (13.1%)**. Une profondeur de gammes et une dynamique d'innovation qui permettent aux industriels de séduire toujours plus de consommateurs, de conserver sa place de produit plaisir, accessible et réconfortant dans le panier des Français malgré le contexte inflationniste.

● ● ● De nouvelles créations gourmandes et savoureuses qui performent en 2022

Les industriels et membres de l'Association des Entreprises des Glaces placent l'innovation au cœur de leur stratégie pour **séduire de nouveaux acheteurs et réenchanter les moments de consommation**. Jeux de textures, croquantes, fondantes, réduites en sucres... les glaces répondent à toutes les envies et offrent de nouvelles expériences de dégustation, à moindre coût. En effet, pour **60% des Français - dont 65% parmi les moins de 35 ans -**, les glaces constituent un dessert parfait quand on cherche à limiter ses dépenses. Avec des nouvelles références pensées pour être pérennes **en linéaires**, les surgelés sucrés restent le rayon le plus innovant des PGC-FLS avec 5.2% du CA généré par les nouveautés. Moins nombreuses qu'en 2021, **les innovations restent cependant aussi performantes que les années précédentes** avec un CA de 56.3 millions d'€.



● ● ● Consommation de glaces : entre inflation, produit plaisir et réconfort

Malgré le contexte économique, **la glace conserve sa place de produit plaisir par excellence** : près d'un Français sur deux (46%) considère l'achat de glaces comme un **plaisir encore plus important qu'auparavant**. Ces derniers reconnaissent avoir été impactés moralement par les hausses des prix et admettent pour **61% d'entre eux, chercher du réconfort dans leurs produits alimentaires préférés** depuis l'inflation. Ils sont même 82% à confirmer que **les glaces constituent un achat alimentaire plaisir, qu'elles apportent du réconfort et restent accessibles financièrement**. Dans les faits, 75% d'entre eux affirment continuer à acheter des glaces, au moins ponctuellement et pour une grande majorité (68%) au rayon surgelé des supermarchés.



● ● ● Les glaces s'engagent en faveur des enjeux environnementaux

Comme l'ensemble des industries agro-alimentaires, les industriels des glaces sont eux aussi confrontés aux enjeux environnementaux actuels. **73% des Français déclarent attendre des solutions de la part des entreprises pour avoir une consommation de glaces plus respectueuse de l'environnement**. Une évolution bénéfique puisque **67% des répondants déclarent avoir davantage envie d'acheter les glaces d'une marque qui s'engage dans la réduction de ses emballages**. Un axe de développement stratégique pour les membres de l'Association des Entreprises des Glaces, avec une étude en cours aux côtés de l'ADEME, afin de répondre aux attentes des consommateurs. Au-delà des emballages, les Français plébiscitent de plus en plus la fabrication locale pour leurs achats alimentaires. En effet, **66% des Français accepteraient d'augmenter leur budget pour des glaces fabriquées en France ou réalisées avec des produits locaux**. Les membres de l'Association des Entreprises des Glaces continuent à **s'investir dans l'économie des territoires grâce à leurs 10 usines implantées en France**.

LE MARCHÉ DES GLACES EN CHIFFRES

● ● ● Une catégorie ultra dynamique

1,397
MILLIARDS d'€

Données NielsenIQ ScanTrack™
HMSM + Proxi + SDMP + Drive



700.000

foyers acheteurs supplémentaires
en France

Données NielsenIQ Homescan™

24,7
MILLIONS

de foyers français
achètent des glaces en GMS

Données NielsenIQ Homescan™



68%

des Français continuent d'acheter
des glaces au rayon surgelé
des grandes surfaces

Sondage OpinionWay pour AEG

10,5%

des ventes de glaces
réalisées en magasins de proximité

NielsenIQ ScanTrack

● ● ● La glace : le produit plaisir par excellence



46%

des Français considèrent l'achat
de glaces comme un plaisir
plus important qu'auparavant

Sondage OpinionWay pour AEG

24%

des foyers français déclarent
réduire leurs achats de produits plaisir
des achats en promotion (46%),
comparaison prix (44%)*

Source : NielsenIQ ScanTrack, HMSM,
Innovations 2021 après 6 périodes de lancement.

* NielsenIQ Homescan Segmentation Covid
terrain online du 29 avril au 8 mai 2022.



DES PRODUITS

Bâtonnets : 27% des ventes

Cônes : 17.8% des ventes

↗ En hausse de +28.4%

Bacs : 13.1% des ventes

Données NielsenIQ ScanTrack™
HMSM+Proxi+SDMP+drive

73% La catégorie des glaces en service de l'environnement

des Français déclarent attendre des
solutions de la part des entreprises pour
avoir une consommation de glaces plus
respectueuse de l'environnement

Sondage OpinionWay pour AEG

des Français déclarent
avoir davantage envie d'acheter
les glaces d'une marque qui s'engage
dans la réduction de ses emballages

Sondage OpinionWay pour AEG



66

des Français accepteraient
d'augmenter leur budget pour
des glaces fabriquées en France

Sondage OpinionWay pour AEG



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