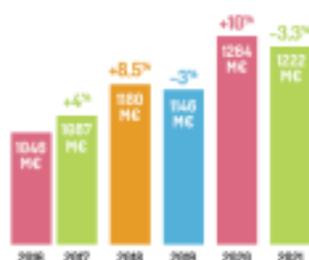


LA CONSOMMATION



3%
EN MOYENNE
CES 6 DERNIÈRES ANNÉES



Données NielsenIQ ScanTrack™ | HMSM-Proxi-SDMP-Drive



1,2 MD€
DE CA EN 2021

Un léger recul après une année 2020 exceptionnelle et pourtant la 2^{ème} meilleure année pour la catégorie des glaces

2021 VS 2019
Surgelé sucré en GMS

+7%

UN BON DÉBUT DE SAISON :
EN JANVIER-FÉVRIER 2022

+7%

en valeur vs la même période en 2021

Source : NielsenIQ ScanTrack™ | HMSM, Proxi, Drive et SDMP

LES FORMATS



+12%

POUR LE SEGMENT
DES BÂTONNETS
Qui représentent
28% du CA de la catégorie

LE TOP 3 DES FORMATS EN PDM

BÂTONNETS
HORS MINI CÔNES
HORS MINI BACS



LES ÉVOLUTIONS LES PLUS FORTES PAR FORMAT EN 2021

BÂTONNETS
+1,1pt

COUPES
PORTIONS
+1,9pt

POTS
+0,5pt

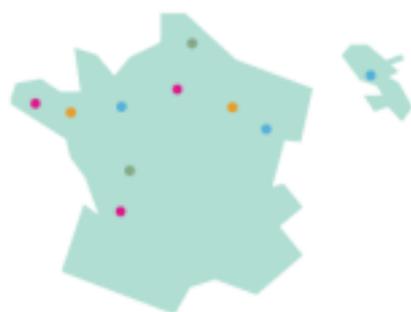
MINI POTS
+1,3pt

83,7%
DES FOYERS FRANÇAIS
SONT CONSOMMATEURS
DE GLACES

Données NielsenIQ HomeScan™

Données NielsenIQ ScanTrack™ | HMSM-Proxi-SDMP-drive

LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION



9,6% vs **8,6%**
POUR LES PGC

LE CIRCUIT DE PROXIMITÉ PLUS FORT
SUR LES GLACES QUE SUR LA MOYENNE DES PGC

ET UN CA QUI ÉVOLUE
FORTEMENT SUR LES SDMP

+3,1%

ET LE E-COMMERCE

+2,9%



Source : NielsenIQ ScanTrack™ données long terme

L'INNOVATION

LES SURGELÉS SUCRÉS,
LE RAYON LE PLUS INNOVANT DES PGC - FLS



11,7% DU CA GÉNÉRÉ
PAR LES INNOVATIONS
VS 2,2% EN MOY. POUR LES PGC

+2pts
VS 2020

2 glaces dans le top 10
DES MEILLEURS LANCEMENTS
PCG EN 2021

62

INNOVATIONS GLACES
LANCÉES SUR LA SAISON 2021
REPRÉSENTANT UN CA DE

67,1 M€

(UNE CONTRIBUTION À 100%)

Source : NielsenIQ ScanTrack™ | HMSM | P4_P8 2021

Ce mardi 22 mars, l'Association des Entreprises des Glaces organisait sa conférence de presse annuelle de lancement de saison, avec le retour d'une météo printanière

Les glaces s'inscrivent ainsi comme le rayon le plus dynamique des PGC depuis 10 ans :

2021 marque pour la catégorie sa **2e meilleure année en valeur avec 1,2 md € de CA**, malgré le recul enregistré suite à une année 2020 exceptionnelle. Si la météo atypique a impacté le marché cette saison, l'offre continue de booster le rayon des surgelés. La profondeur de nos gammes et la démarche d'innovation menée par l'ensemble des industriels permettent aux glaces de poursuivre **depuis 10 ans leur croissance de fond : +2,9% de CA en moyenne par an**, bien au-delà de la moyenne annuelle du marché des PGC.

La saison 2022 s'annonce prometteuse **avec +7% en valeur et un CA de 76,7 M€ sur la période janvier-février**.

L'innovation s'inscrit au cœur de la performance du secteur. **La catégorie des glaces est la plus représentée dans le classement des meilleurs lancements en PGC-FLS**, avec 5 innovations dans le top 20 des meilleures innovations PGC FLS après les 3 premières périodes de lancement. La R&D des industriels des glaces génère de la valeur pour le rayon : **+11,7% du CA en moyenne est réalisé par les nouve**Cette saison, et pour la première fois, l'Association des Entreprises des Glaces a également dévoilé les résultats de l'étude menée avec OpinionWay sur la relation que les Français entretiennent avec la glace.

Découvrez les résultats dans le dossier de presse : https://les-glaces.com/wp-content/uploads/2022/03/220316_DP-ASSO-DES-GLACES_BD.pdf

Retrouvez toutes les infos sur le site de l'Association des Entreprises des Glaces : www.les-glaces.com