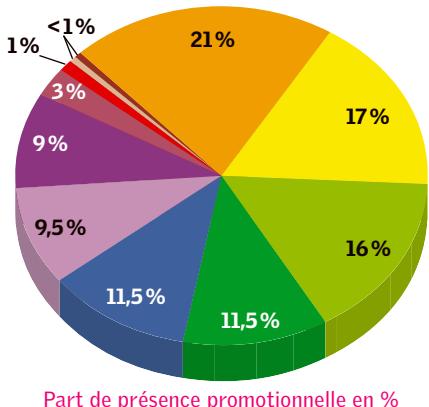


# Le baromètre FOOD SERVICE TRACKING et

## Les promotions des produits surgelés sur le marché de la RHD

### L'essentiel de la promo des surgelés [cumul mars 2014 à février 2015]

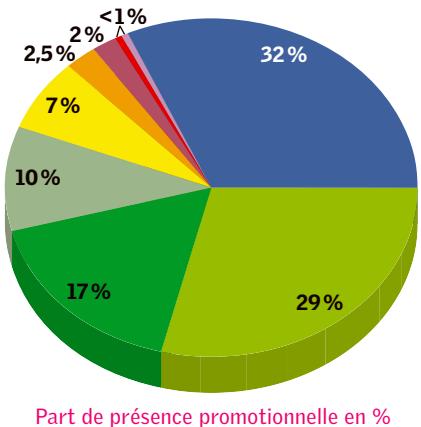


Le surgelé se place au second rang derrière l'épicerie et représente presque 25 % des promotions alimentaires. Les distributeurs ont développé l'intensité promotionnelle du surgelé sur la période étudiée (+4,5 % de promotions). Ces 3 principales familles (pâtisseries, produits de la mer, viandes et volailles) représentent plus de la moitié des promotions de surgelés.

#### Évolution du nombre de promotions sur 1 an (en %)

Pâtisserie, viennoiserie (+10 %)	Entrées, charcuterie (+3 %)
Produits de la mer (-3 %)	Glaces et crèmes glacées (+21 %)
Abats, viandes, volailles (0 %)	Fruits et jus de fruits (+61 %)
Plats cuisinés, sauces, potages (-1 %)	Pâtes (+35 %)
Légumes (+2 %)	Produits laitiers (+43 %)
	Produits à base d'œufs (-20 %)

### Les glaces en progression



#### Évolution du nombre de promotions sur 1 an (en %)

Crèmes glacées (+68 %)	Barres glacées (+15 %)
Spécialités individuelles (tranches, parfaits, mystères, coupes, petits pots) (-12 %)	Spécialités de noël (bûches, bûchettes) (-33 %)
Sorbets (+94 %)	Spécialités à partager : vacherins, omelettes norvégiennes... (+9 %)
Produits de détente (bâtonnets, cônes, glaçons,...) (-3 %)	Glaces aux yaourts et autres (+350 %)
	Autres spécialités (0 %)

Les glaces et crèmes glacées représentent 9 % des promotions de surgelés. Leur poids est en hausse sur la période (+20 % de promotions en plus sur la période). Cette croissance est portée principalement par les glaces en vrac et les barres glacées.

### Glaces : les acteurs les plus dynamiques

Le top 5 des distributeurs les plus actifs sur la catégorie

	Nb de promos mars 2014 à fév. 2015	Nombre de catalogues	Promos par catalogue	Nb de promos mars 2013 à fév. 2014
<b>Metro</b>	617	39	15,8	570
<b>PassionFroid</b>	258	25	10,3	184
<b>Transgourmet</b>	216	20	10,8	163
<b>Davigel</b>	169	21	8,0	96
<b>Relais D'Or Miko</b>	146	13	11,2	36

Le top 5 des marques les plus actives sur la catégorie

	Nb de promos mars 2014 à fév. 2015	Nombre de catalogues	Promos par catalogue	Nb de promos mars 2013 à fév. 2014
<b>Haagen Dazs</b>	302	18	16,8	273
<b>Glaces Nestle</b>	214	34	6,3	165
<b>Carte D'or Miko</b>	188	17	11,1	42
<b>Ma Très Bonne Glace</b>	135	11	12,3	69
<b>Gelato Di Natura Metro</b>	78	3	26,0	75