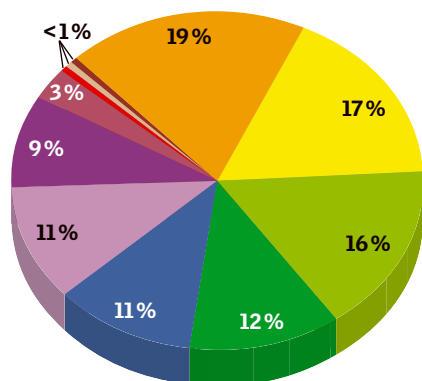


Le baromètre FOOD SERVICE TRACKING et



Les promotions des produits surgelés sur le marché de la RHD

L'essentiel de la promo des surgelés [1^{er} semestre 2015 vs 1^{er} semestre 2014]



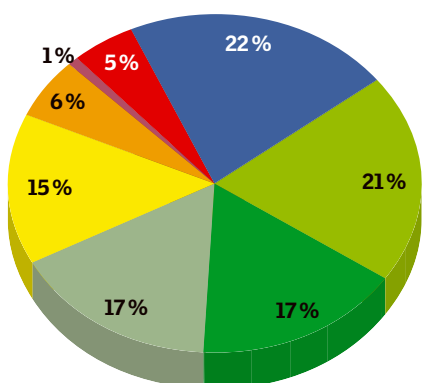
Part de présence promotionnelle en %

Parmi les familles surgelées, les pâtisseries et viennoiseries restent la famille la plus mise en promotions (19,6 %) mais en ce début d'année elles sont un peu moins dans les catalogues. Les plus fortes évolutions promotionnelles sont effectuées par les glaces et crèmes glacées (+14 % de promos) suivies des abats, viandes, volailles et des entrées et charcuteries (+10 %).

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

Pâtisserie, viennoiserie (-1 %)	Entrées, charcuterie (+10 %)
Produits de la mer (+7 %)	Fruits et jus de fruits (-2 %)
Abats, viandes, volailles (+10 %)	Pâtes (-28 %)
Glaces et crèmes glacées (+14 %)	Produits laitiers (-12 %)
Plats cuisinés, sauces, potages (+2 %)	Produits à base d'œufs (-13 %)
Légumes (+1 %)	

Focus sur les plats cuisinés



Part de présence promotionnelle en %

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

Plats cuisinés à base de viandes et abats (+2 %)	Plats cuisinés à base de volailles ou gibiers (-2 %)
Pâtes cuisinées (+8 %)	Gratins de légumes (+7 %)
Plats cuisinés à base de poisson, de produits de la mer (-4 %)	Sauces (0 %)
Plats cuisinés à base de légumes et céréales (+3 %)	Soupes et potages (<1 %)

En 5^e position au classement des surgelés, la catégorie des plats cuisinés représente 11 % des promotions et reste stable en poids. À l'intérieur, la catégorie la plus promotionnée demeure celle des plats cuisinés à base de viandes et abats (22 % des plats cuisinés surgelés).

Plats cuisinés : les acteurs les plus dynamiques

Le top 5
des distributeurs
les plus actifs
sur la catégorie

	Nb de promos 1 ^{er} semestre 2015	Evolution vs 1 ^{er} semestre 2014	Nbre de catalogues 1 ^{er} semestre 2015	Nbre de promos par catalogue 1 ^{er} semestre 2015
Passion Froid	299	6 %	13	23,0
Brake	127	0 %	10	12,7
DS Restauration	125	- 2 %	13	9,6
Davigel	123	- 6 %	11	11,2
Transgourmet	92	- 4 %	10	9,2

Le top 5
des marques
les plus actives
sur la catégorie

	Nb de promos 1 ^{er} semestre 2015	Evolution vs 1 ^{er} semestre 2014	Nbre de catalogues 1 ^{er} semestre 2015	Nbre de promos par catalogue 1 ^{er} semestre 2015
Davigel Surgelé	95	- 6 %	11	8,6
Passion Froid	74	- 30 %	13	5,7
Brake	67	- 1 %	10	6,7
Zini	54	40 %	12	4,5
France kebab	46	30 %	21	2,2