

ACTUALITÉS TENDANCES



Les produits snacking, des leviers évidents et de plus en plus stratégiques en GMS

31 Janvier 2019 - 83 vue(s)

Twitter (https://twitter.com/intent/tweet?url=https://www.snacking.fr/news-4184-Les-produits-snacking-les-levers-évidents-et-de-plus-en-plus-stratégiques-en-gms) Facebook (http://www.facebook.com/share.php?url=https://www.snacking.fr/news-4184-Les-produits-snacking-les-levers-évidents-et-de-plus-en-plus-stratégiques-en-gms)

Alors que le snacking infuse tous les moments de consommation de la journée, deux études qui sortent simultanément pointent un véritable levier de croissance pour les industriels en GMS. Le rapport de Xerfi Precepta parle d'une croissance de 7 % par an entre 2018 et 2021 alors que les conclusions de celui des Echos évoque une pépite alimentaire.

Après une croissance de 40 % ces 4 dernières années, les ventes de produits de snacking dans les rayons traités GMS sont appelés à évoluer fortement d'ici à 2021 selon Xerfi-Precepta qui vient de publier une étude sur le sujet (*). Pour le périmètre étudié, en l'occurrence les produits individuels solutions repas, le cabinet parle de 7 % par an d'ici 2021 et parle d'un marché de 2,5 md€ (contre 2 md€ aujourd'hui). Dans le même temps, Les Echos Etudes qui vient lui aussi de sortir une étude sur le sujet mais qui couvre quant à lui le périmètre total des produits de snacking, explique que le snacking a toujours la cote auprès des consommateurs français et s'avère un véritable gisement de croissance puisqu'il a superformé le marché alimentaire de 4,6 % l'an dernier et pèse 9,6 md€. (https://www.lesechos-etudes.fr/news/2019/01/31/infographie-les-chiffres-cles-du-marche-du-snacking-en-2018-en-grande-distribution/) Les snacks salés ambiants représenteraient, toujours selon Les Echos Etudes, 54 % des ventes contre 38 % pour les références en frais et 8 % pour le surgelé. 59 % seraient des snacks sucrés contre 41 % des snacks salés. Quant à leur consommation, c'est l'apéritif (34 %) qui est leur moment de prédilection devant les solutions repas (20 %). Enfin, les snacks salés et les snacks fromagers captent 58 % du snacking frais. Avec l'accélération des rythmes de vie, la concentration des actifs en ville, la hausse des foyers monoparentaux, tous les indicateurs sont au vert avec un marché qui, selon Xerfi-Precepta est surtout un marché d'offre. L'innovation y est constante et les renouvellements de gammes nombreux avec une multiplication des références. Un foisonnement d'offres qui ne sera pas sans provoquer des tensions concurrentielles et tarifaires. Les industriels sont contraints, précisent les experts de Xerfi, de s'adapter aux attentes des Français en matière de manger sain et responsable mais aussi à une concurrence vive extra-sectorielle avec la dynamique que connaît aujourd'hui la restauration rapide, les plateformes de livraison, ou encore les boulangeries.

Des industriels qui s'adaptent et la GMS qui sacrifie des linéaires en faveur du snacking et du traiteur

Le virage du manger sain, du bio et du végétal a été pris par de nombreux acteurs ce qui provoque une déferlante de références végétales pour séduire les flexitariens. Ultra-frais, traçabilité, produits sans conservateur, DLC courtes sont des arguments avancés par les acteurs pour tenter de retisser un lien avec un consommateur. Pour Xerfi Precepta, la démarche consiste à désintermédié la relation client jusque-là très attachée au distributeur et miser sur les informations de qualité filière et de labels. Pour Cecile Décols qui signe l'étude chez Les Echos Etudes, le snacking va poursuivre sa premiumisation selon plusieurs axes qui orienteront les innovations des industriels et des MDD : manger rapidement mais sainement, la transition alimentaire vers un modèle durable et responsable qui passe par une vague verte avec des produits écolabellisés, locaux, moins polluants et des solutions d'emballage écologiques permettant de réduire leur impact environnemental.

A NE PAS MANQUER

TENDANCES ♥ 1
Les produits snacking, des leviers évidents et de plus en plus stratégiques en GMS

EVENEMENTS ♥ 0
Le King of the Hill : le plus grand événement de la restauration Quick Service et O'Tacos récompensé

FOOD & BEVERAGE ♥ 2
Quick Service et O'Tacos récompensés

MADE 19-20 MARS 2019

Rejoignez le salon des créateurs de produits sur-mesure

Phygital Food & Life

(https://www.snacking.fr/admin/pub/www/oaparams=2_bannerid=167_zoneid=14_c)

Les concepts Snacking DÉCRYPTER

LES + LUES LES + COMMENTÉES

TENDANCES ♥ 19
Ouverture. Père & Fish prend la mer avec ses burgers gourmets de poisson

TENDANCES ♥ 21
Les burgers gourmets de poisson du burger en 2019 ? On vous dit tout !

Quelles seront les tendances du burger en 2019 ? On vous dit tout !

Vous n'êtes toujours pas abonné à

Abonnez-vous à partir de: **1,67€** / mois

6 numéros par an
+ Les versions digitales
+ Nos Newsletters
+ Nos éditions spéciales

(https://www.snacking.fr/admin/pub/www/delivery/ck.php?oaparams=2_bannerid=5_zoneid=15_cb=353c309392_oadest=https%3A%2F%2Fwww.snacking.fr%2Fboutique%2F)



Pour Xerfi-Precepta comme pour Les Echos Etudes, la course aux parts de marché va se jouer sur l'intégration d'offres et de services exclusifs à l'image de la mutation des concepts de proximité vers de la restauration, l'extension de la part "linéaires" consacrée au snacking en GMS, le déploiement et le renouvellement des formats urbains de proximité avec solutions repas express. Outre la concurrence de la restauration rapide qui est montée en gamme et

s'est diversifiée, la montée en puissance progressive des métiers de bouche, plébiscités par les consommateurs comme gages d'authenticité et de qualité, est une nouvelle variable à intégrer. Sans compter la distribution automatique, les stations-services, les magasins de surgelés ou les petits commerces de bouche qui totalisent, selon Xerfi Precepta près de 500 M€ de CA. Enfin, d'autres opérateurs de la livraison comme Amazon Fresh doivent retenir tout autant l'attention offrant de nouvelles perspectives de distribution aux industriels.

Etude Xerfi-Precepta : « Les enjeux et stratégies sur le marché du snacking - Bio, végétal, MDD, digitalisation, concepts dédiés... : quels leviers de croissance pour les industriels et distributeurs face aux circuits alternatifs ? ».

Accédez à l'Etude Les Echos Etudes : Le marché du Snacking, à la croisée des chemins
(<https://www.lesechos-etudes.fr/etudes/agroalimentaire/le-marche-du-snacking-2018/>)

Pour ne rien manquer de l'actualité du snacking, Suivez-nous sur [Twitter](#)

@francesnacking (<https://twitter.com/francesnacking>)

Et n'oubliez pas de partager cet article, s'il vous a apporté quelque chose, avec votre communauté !

TAGS : [Snacking \(/Tag-814-1-Snacking.Php\)](#)

[Xerfi Precepta \(/Tag-3506-1-Xerfi-Precepta.Php\)](#)

[Les Echos Etudes \(/Tag-4414-1-Les-Echos-Etudes.Php\)](#)

VOUS AVEZ AIMÉ LA LECTURE ? FAITES-LE NOUS SAVOIR ! 1

COMMENTAIRES (0) Réagir

DANS LA MÊME THÉMATIQUE



([/news-4182-Homer-Palme-d-Or-de-la-restauration-Quick-Service-et-O-Tacos-TENDANCES](https://news-4182-Homer-Palme-d-Or-de-la-restauration-Quick-Service-et-O-Tacos-TENDANCES) ♥ 3

Homer, Palme d'Or de la restauration Quick Service et O'Tacos récompensé ([/news-4182-Homer-Palme-d-Or-de-la-restauration-Quick-Service-et-O-Tacos-recompense.php](https://news-4182-Homer-Palme-d-Or-de-la-restauration-Quick-Service-et-O-Tacos-recompense.php))



([/news-4178-Segafredo-Zanetti-France-aux-cotes-des-Barmen-de-France-au-TENDANCES](https://news-4178-Segafredo-Zanetti-France-aux-cotes-des-Barmen-de-France-au-TENDANCES) ♥ 0

Segafredo Zanetti France aux côtés des Barmen de France au Sirha ([/news-4178-Segafredo-Zanetti-France-aux-cotes-des-Barmen-de-France-au-Sirha.php](https://news-4178-Segafredo-Zanetti-France-aux-cotes-des-Barmen-de-France-au-Sirha.php))



([/news-4173-Racines-rachete-le-TENDANCES](https://news-4173-Racines-rachete-le-TENDANCES) ♥ 1 au-baabab-Matahi.php)

Racines rachète le spécialiste des jus au baobab Matahi ([/news-4173-Racines-rachete-le-specialiste-des-jus-au-baabab-Matahi.php](https://news-4173-Racines-rachete-le-specialiste-des-jus-au-baabab-Matahi.php))



ABONNEZ-VOUS À NOS SNACKINGLETTERS !

Recevez 2 fois par semaine toutes les infos qui font notre métier : les actus insolites, le baromètre du snacking, la vie des enseignes mais aussi les innovations produits qui montent et tout ce qui concerne la #FoodTech !

En validant ce formulaire, vous confirmez accepter nos [Conditions générales d'utilisation \(/pages/mentions-legales.php\)](#).

Vous pourrez vous désinscrire à tout moment à l'aide des liens de désinscription.

Votre adresse email OK

J'accepte de recevoir les newsletters sélectionnées



f (<https://www.facebook.com/MagFranceSnacking>) t (<http://twitter.com/francesnacking>) @

(<https://www.instagram.com/francesnacking/>) v (<https://vimeo.com/user13620771>) in (<https://www.linkedin.com/groups/5056237>)

Snacking.fr est édité par le groupe SFPEditions | 39 rue Chaptal, 92300 LEVALLOIS PERRET
SFPEditions ©2019 Tous droits réservés

Mentions légales & CGU ([/pages/mentions-legales.php](#)) - Conditions générales de vente ([/pages/conditions-generales-de-vente.php](#))

CONTACTEZ-NOUS : 01 81 93 83 80 | INFO@SNACKING.FR ([MAILTO:INFO@SNACKING.FR](mailto:INFO@SNACKING.FR))

PARTENAIRES

(<http://www.leadersclub.fr/>) [Observatoire de la franchise](#) (<http://www.observatoiredefranchise.fr/>)
<http://www.snarr.fr/>