



**Le baromètre IRI / LE MONDE DU SURGELÉ**  
**Les performances du Rayon Grand Froid**  
**P2 2022 (CAM du 31 janvier au 27 février)**

*Évolution des ventes des surgelés et des glaces tous circuits GSA  
 (HM + SM + EDMP + DRIVE + PROXI)*

	P2 février (Vs P2 2021)	Dernier trimestre à P2	Cumul annuel mobile
<b>Evolution ventes en VALEUR</b>			
<b>Total (SURGELES + GLACES)</b>	<b>-3,5%</b>	<b>-3,6%</b>	<b>-4,8%</b>
<b>SURGELES SUCRES</b>	3,9%	1,0%	-3,7%
<b>SURGELES SALES</b>	-4,8%	-4,4%	-5,1%
<b>Evolution ventes en VOLUME</b>			
<b>Total (SURGELES + GLACES)</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-5,1%</b>	<b>-6,2%</b>
<b>SURGELES SUCRES</b>	-2,8%	-2,7%	-6,5%
<b>SURGELES SALES</b>	-5,6%	-5,4%	-6,2%
<b>Evolution ventes en UNITES</b>			
<b>Total (SURGELES + GLACES)</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-4,8%</b>
<b>SURGELES SUCRES</b>	0,9%	-0,6%	-5,5%
<b>SURGELES SALES</b>	-4,6%	-4,4%	-4,6%

**LES MARQUES**

	P2 février (Vs P2 2021)	Dernier trimestre à P2	Cumul annuel mobile
<b>Evolution ventes en VALEUR</b>			
<b>Marques Nationales</b>	-2,2%	-1,8%	-2,4%
<b>MDD</b>	-4,8%	-5,3%	-7,3%
<i>PdM MDD</i>	51,0	50,2	46,7
<i>Evol. PdM MDD</i>	-0,7	-0,9	-1,3

## LES SEGMENTS DE PRODUITS A LA LOUPE

<b>surgelés sucrés</b>	<b>P2 février (Vs P2 2021)</b>	<b>Dernier trimestre à P2</b>	<b>Cumul annuel mobile</b>
<b>Evolution ventes en VALEUR</b>			
Glaces à partager	13,0%	-3,8%	-3,3%
Glaces en vrac	4,2%	-1,7%	-6,9%
Glaces individuelles	5,4%	4,2%	-3,9%
Glaces fin d'année	98,4%	0,4%	-0,2%
Desserts et pâtisseries*	-3,9%	-0,7%	4,9%

(\*) : Dont fruits

<b>surgelés salés</b>	<b>P2 février (Vs P2 2021)</b>	<b>Dernier trimestre à P2</b>	<b>Cumul annuel mobile</b>
<b>Evolution ventes en VALEUR</b>			
Poissons	-7,2%	-6,8%	-13,6%
Fruits de mer	-18,8%	-13,4%	-9,5%
Pizzas	-5,3%	-7,5%	-5,8%
Entrees	7,6%	3,2%	3,2%
Légumes	-5,4%	-5,4%	-6,4%
Plats cuisines	-5,1%	-2,3%	-3,0%
Sauces et herbes	-13,2%	-9,3%	-8,5%
Viandes	-4,2%	-3,2%	-6,2%
Pommes de terre	-5,9%	-3,9%	0,9%

## LE POIDS DES CIRCUITS

<b>LES CIRCUITS</b>	<b>Poids circuit en 2021</b>	<b>Evol. CA Vs 2020</b>	<b>Rappel Poids En 2020</b>
Concept HYPER	34,4 %	-4,1%	34,7 %
Concept SUPER	30,6 %	-4,1%	31,0 %
DRIVE/E-commerce	10,1 %	+5,3%	9,3 %
EDMP	15,3 %	-3,9%	15,2 %
PROXI	9,6 %	-4,4%	9,8 %

### Rappel grille de lecture :

**P2 février** : l'évolution sur la période en comparaison avec la période de l'année dernière (vs P2 2021).

**Dernier trimestre** : l'évolution sur les trois derniers mois en comparaison avec les trois mêmes périodes sur l'année dernière (Dernier trimestre à P2 2022).

**Cumul annuel mobile (CAM)** : l'évolution sur une année mobile arrêtée ici à la P2 2022.