

# Le marché de l'appertisé et les transferts vers les catégories concurrentes en 2010

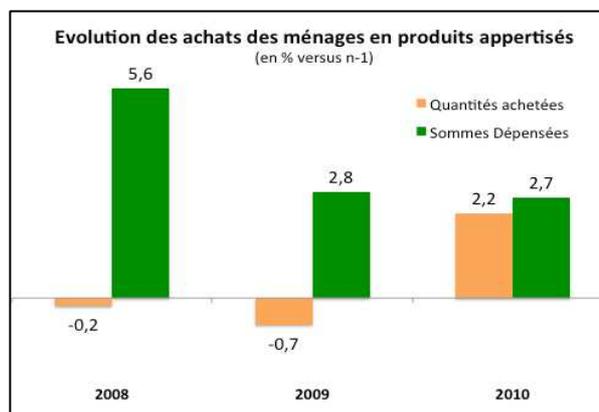
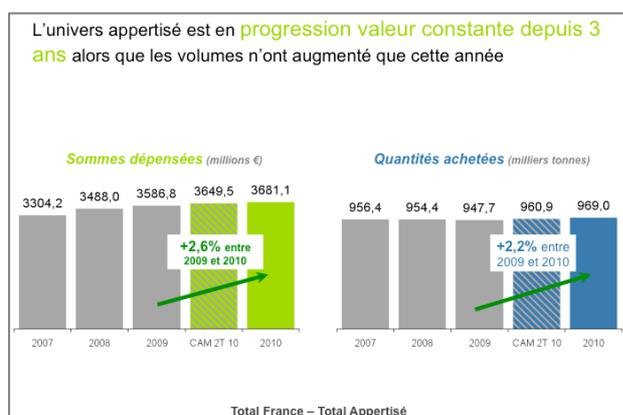
## SYNTHESE DE L'ETUDE

### Introduction

Le marché des produits en conserve a connu des mutations ces 3 dernières années avec des disparités et des fluctuations de consommation. FranceAgriMer et L'UPPIA ont donc souhaité réaliser une étude sur l'évolution de la consommation, traitant notamment de la problématique des transferts de consommation suivant les produits et leur univers de concurrence : à qui profitent les pertes, à qui sont prises des parts de marché et par qui (typologies de consommateurs - âges, types de foyer, CSP) ? Cette étude, menée par Kantar et réalisée à partir du panel de consommateur (12 000 ménages) début 2011, il couvre l'année 2010.

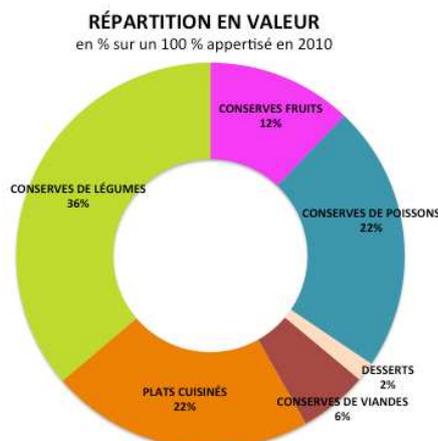
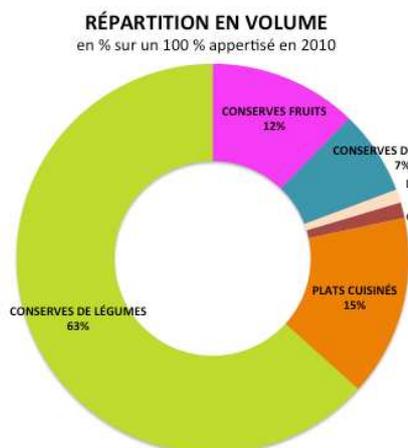
### Contexte appertisé

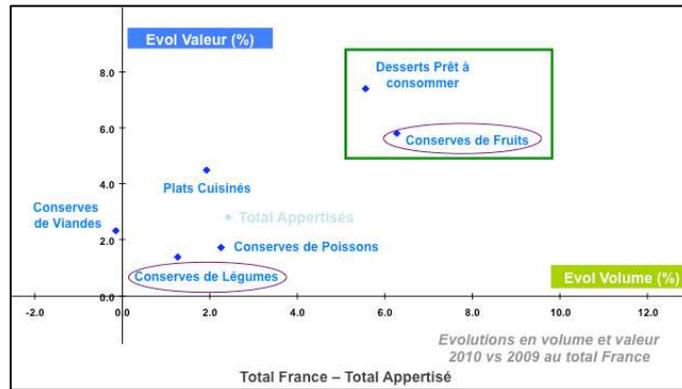
En 2010, l'appertisé a bien suivi la tendance PGC (produits de grande consommation) avec une croissance en volume et en valeur (+ 2,7 % CA et + 2,2 % en volume). Et si la croissance valeur est une constante depuis plusieurs années, la dynamique volume est un fait nouveau.



Toutes les catégories appertisées suivent cette bonne tendance. Les desserts et conserves de fruits s'affichent en tête. Seules les conserves de viande sont un peu en décalage car leur clientèle a dépensé plus mais sans consommer plus.

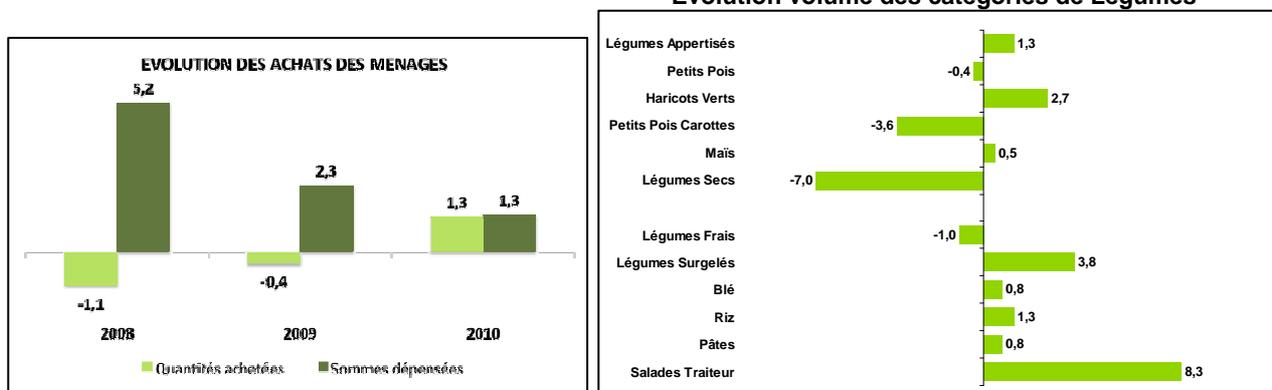
Les fruits et légumes en conserve représentent 75 % des volumes de l'appertisé et 48 % du chiffre d'affaires.





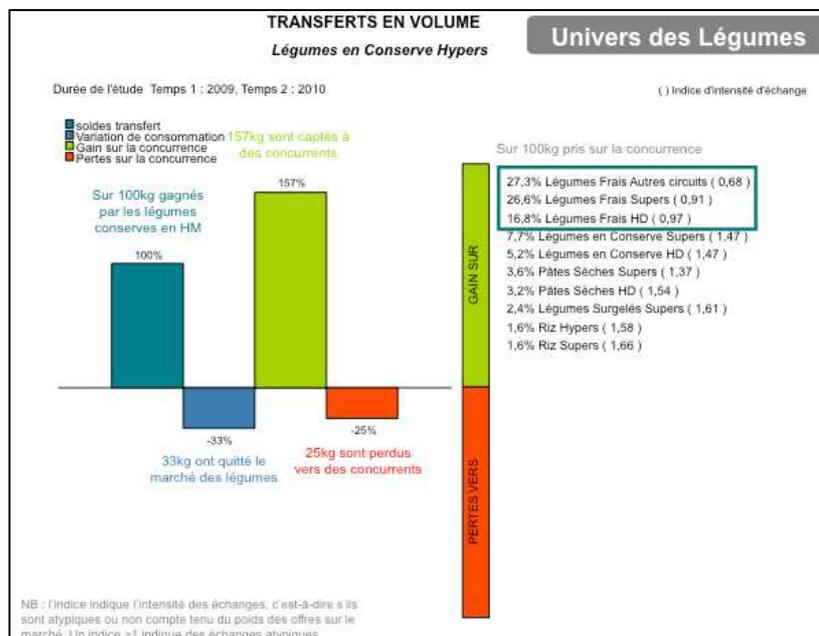
Les deux marchés qui allient le mieux croissance en valeur et croissance en volume sont les desserts et les fruits appertisés. Les légumes se maintiennent tant en volume qu'en valeur.

## Les légumes appertisés



Ils enregistrent une bonne année 2010 en volume et en valeur, toutefois à partir de mi-2010 nous constatons une stagnation du chiffre d'affaires. Après deux années quelque peu tendues, les quantités achetées se sont redynamisées en 2010. Les sommes dépensées affichent une augmentation qui s'explique en partie par une augmentation des prix moyens. La catégorie est logiquement toujours achetée par tous les français et ceux-ci ont (enfin) arrêté de moins consommer, l'évolution du niveau moyen d'achat est stable sur les deux dernières années.

Les légumes appertisés sont dynamisés par les haricots verts alors que les autres légumes sont en repli. Au sein des légumes, ce sont les surgelés qui sont les plus dynamiques.

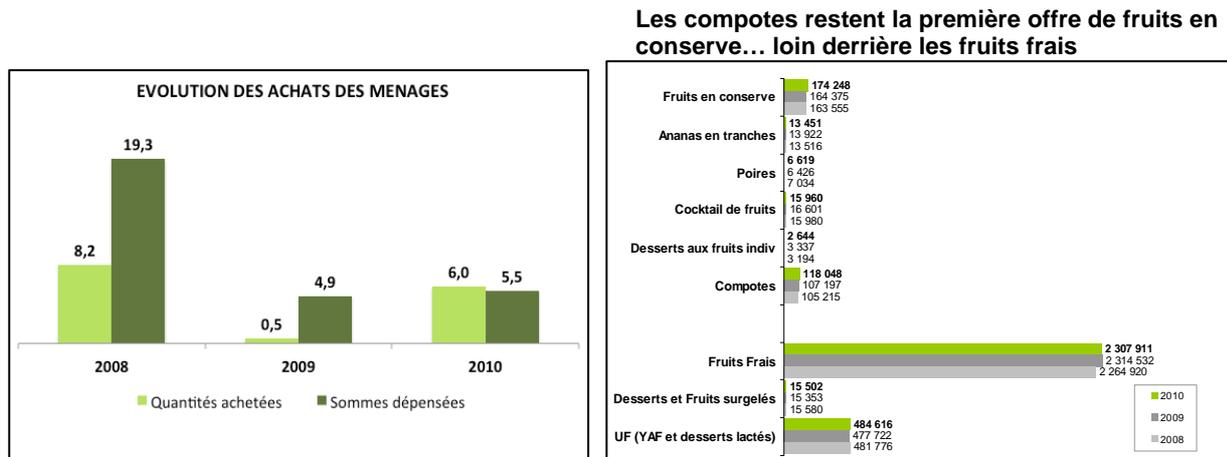


La progression des légumes en conserve se nourrit beaucoup des pertes des légumes frais, ce qui est logique compte tenu de leur poids sur le marché. Les légumes frais représentent la première offre de légumes, loin devant les autres catégories. C'est le principal concurrent.

### Conclusion Légumes : Les conserves de Légumes, 2010 avait pourtant bien commencé...

- ◆ **Les conserves de légumes marquent le pas en valeur sur la fin 2010.** Avec un prix moyen stable cette année et des foyers qui ne viennent pas plus, la seule croissance vient des volumes.
- ◆ Ce sont **les haricots verts qui s'en sortent le mieux** car les légumes secs et les petits pois carottes souffrent d'une consommation en baisse.
- ◆ Au total, **le repli de la catégorie repose sur le HD** : -380 000 ménages en un an, ce qui impacte la consommation des familles et provoque un repli sur de nombreux légumes.
- ◆ **Les Hypers prennent le relais** puisque les Supers sont eux aussi en repli. Mais les gains des hypers ne sont que de la cannibalisation, sur les légumes frais en premier.
- ◆ **Le principal concurrent est le rayon des légumes frais.** Même si son profil est plus senior et plus aisé, il représente tout de même 3 fois plus de volumes que les légumes appertisés. Ce fort poids le fait apparaître comme le premier contributeur aux gains des légumes appertisés (les légumes frais sont en repli de 1% au total France)
- ◆ Et face aux conserves de légumes, la concurrence va plutôt bien. **Les salades au rayon traiteur comme les légumes surgelés profitent de volume en hausse dans tous les circuits où ils sont d'ailleurs parmi les premières pertes vers la concurrence des légumes en conserve.**

### Les fruits appertisés



Les conserves de fruits se portent bien avec une progression continue en valeur et pour 2010 les volumes ont bien suivi.

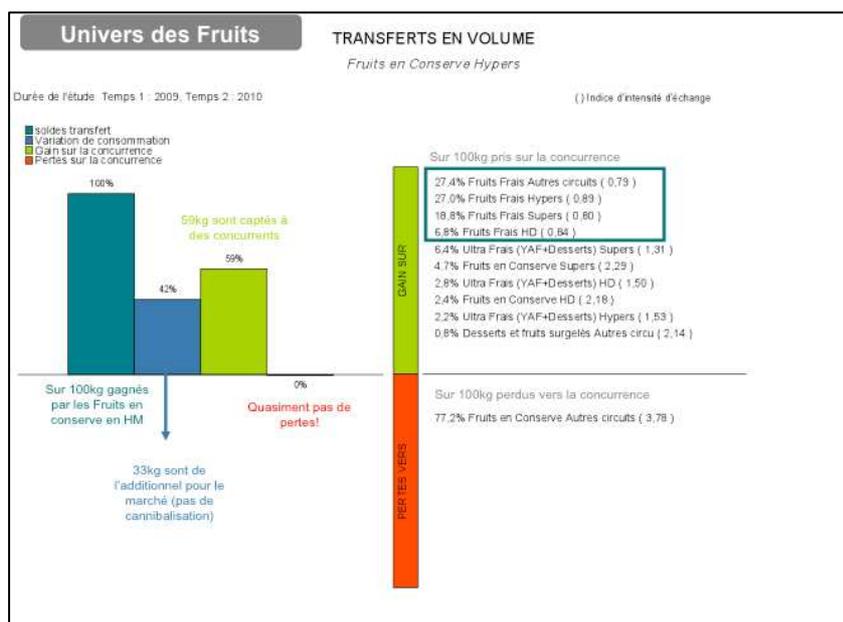
Le développement de la catégorie est le fait d'une consommation et de dépenses en hausse, sans pour autant que les foyers aient payé plus cher.

Le point très positif est la croissance du chiffre d'affaires, qui est transversale aux cibles, notamment sur les familles particulièrement réceptives (+ 2 € chez les familles avec jeunes enfants).

Les fruits en conserve sont portés par les compotes mais loin derrière les fruits frais qui génèrent des millions de tonnes (plus de 85 kg de fruits frais achetés par an et par foyer).

Les fruits en conserve font une très bonne année par l'intermédiaire des compotes (+ 10 % volume) alors que les autres catégories « fruitées » sont quasiment stables.

Quel que soit le circuit, ce sont les compotes qui contribuent le plus aux gains de volumes des fruits en conserve.



Sur 100 kg gagnés par les fruits en hypermarché, 42 kg correspondent à un gain de consommation pure, 59 kg sont gagnés sur la concurrence.

Tout comme sur les légumes, ce sont les fruits frais qui nourrissent le plus la croissance des fruits appertisés en HM (80% des gains sur la concurrence), ce qui est logique compte tenu de leur poids dans l'Univers des fruits.

### Conclusion Fruits : Les compotes relancent la catégorie...

- ◆ + 20 millions de CA cette année encore... et des volumes qui suivent. L'année a donc été très bonne pour les conserves de fruits, en particulier sur l'été.
- ◆ Sans avoir recruté, la catégorie profite de foyers qui dépensent et consomment plus. **Les familles en particulier sont très porteuses** (+2 € par foyer chez les plus dynamiques)
- ◆ Derrière cette belle année, ce sont surtout **les compotes** : + 500 000 ménages en un an et + 400g consommés par foyer. Sur les gourdes comme les barquettes, Materne dynamise bien la catégorie par son recrutement
- ◆ Et c'est tout le HMSM qui en profite vs un HD en léger repli : **les Hypers contribuent aux 2/3 des gains volumes de la catégorie conserves de fruits**
- ◆ Des gains très bénéfiques pour tout le marché car **42% des gains des conserves de fruits en HM sont de l'additionnel pour le marché** (alors qu'en SM c'est uniquement de la cannibalisation).
- ◆ Lorsqu'il y a de la cannibalisation ce sont logiquement **les fruits frais qui sont pénalisés**, compte tenu de leur poids au sein de l'univers des fruits
- ◆ Mais les conserves de fruits ont toujours un profil un peu à part : très **focalisées sur les jeunes familles**, elles captent moins les aisés et seniors que les fruits frais ou surgelés.