

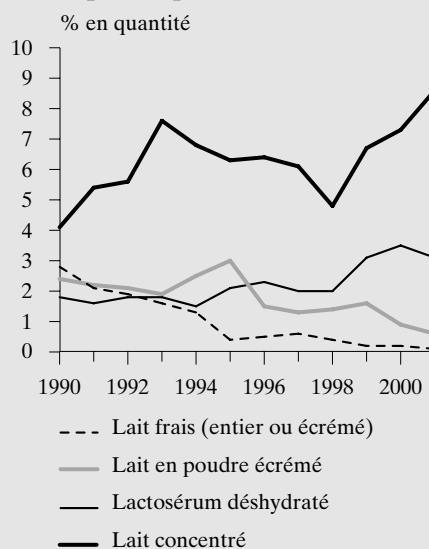
Avec un chiffre d'affaires de 934 millions d'euros en 2001 et un effectif de 4 364 salariés, l'activité « glaces et sorbets » des entreprises de plus de 20 salariés représente seulement 0,8 % de l'ensemble des industries agroalimentaires en chiffre d'affaires et 1,2 % en effectif salarié. Le marché, qui avait fortement progressé sur la période 1990-2000 (près de 20 %), est étroitement lié aux conditions climatiques et fléchit au cours des deux dernières années. Le secteur est dominé, tant au niveau mondial qu'au niveau français, par les deux grands groupes Unilever et Nestlé et soumis à une forte concurrence. Les industriels tentent d'échapper à la saisonnalité des ventes en proposant de nouveaux produits et en multipliant les points de ventes afin de générer plus d'achats spontanés. L'expansion de ce secteur nécessite aussi l'adaptation de la logistique et du stockage à ces circuits.

### La fabrication de glaces incorpore de plus en plus des produits transformés

Les matières premières incorporées sont de plus en plus des produits transformés. Les produits laitiers de base sont remplacés par des produits dérivés du lait. Le lait frais liquide (entier ou écrémé) et la poudre de lait écrémé cèdent la place aux produits plus transformés (lactosérum déshydraté et laits concentrés). L'utilisation de ces produits dérivés a fortement progressé sur la période 1990-2001. La part du lait concentré contenu dans les glaces a doublé entre 1990 et 2001, passant de 4 à 8 %. Selon les bilans laitiers établis par le SCEES, la fabrication de ces produits incorpore à elle seule près du quart du lait concentré utilisé en France. La quantité de lactosérum

déshydraté contenue dans ces glaces a également presque doublé, passant de 1,8 % à 3,1 %. Pour la matière grasse, la crème de lait se substitue au beurre. La part de la crème de lait passe de 2 à 11 % entre 1990 et 2001 alors que celle du beurre diminue de 5 à 1,4 % sur cette période. Pour les produits sucrés (21 % de la composition), le glucose remplace de plus en plus le sucre. De 1990 à 2001, la part du sucre dans les produits intégrés a baissé de 18 % à 12 % alors que celle du glucose a doublé, passant de 4 % à 8 %. La part des fruits (jus y compris concentrés) a baissé de moitié (de 6 à 3 %). Ils sont remplacés par des arômes de fruits. Par contre, la part des œufs, qui avait également augmenté jusqu'en 1998, semble se stabiliser sur les dernières années. Celle des produits à base de chocolat (près de 10 % de la composition) semble même diminuer légèrement.

### Le lait est remplacé par ses produits dérivés



Source : SFIG enquête de branche

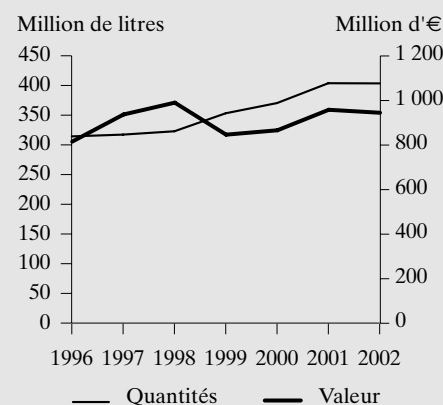
## Le secteur des glaces est marqué

### La production stagnerait en 2002

Selon l'enquête Prodcum du SCEES, la production de glaces atteint 404 millions de litres en 2001. Elle a globalement progressé de 28 % sur la période 1997-2001, mais serait légèrement en baisse en 2002, pénalisée par les mauvaises conditions climatiques durant l'été.

La production se partage presque à égalité entre le conditionnement individuel (46 %) et le conditionnement familial (47 %), les spécialités à partager ne représentant que 7 %. Le conditionnement individuel présenté sous forme de cônes, de bâtonnets, de barres, de pots de capacité inférieure à 500 ml ou de spécialités en portions a tendance à diminuer au cours des dernières années (- 1,4 % entre 1997 et 2001). Dans le même temps, le conditionnement familial (vrac ou pots de plus de 500 ml) a fortement progressé sur cette même période (+ 25 %) alors que les spécialités à partager (gâteaux, feuilletés glacés, ...) ont diminué de plus d'un tiers. La part de ces dernières est passée de 12 % en 1997 à 7 % en 2001.

### La production de glaces stagne en 2002



Source : SCEES, enquête PRODCOM

## par une forte concentration

Près de 80 % des quantités produites sont des glaces et sorbets à emporter destinés à la consommation familiale à domicile, les 20 % restants sont consommés dans les restaurants ou dans la restauration collective.

### La consommation stagne alors que les exportations progressent fortement

Selon le syndicat des fabricants industriels de glaces, sorbets et crèmes glacées (SFIG), la consommation stagne au cours des dernières années et se replierait même en 2002, suite à des conditions climatiques défavorables à des moments cruciaux de la saison (1<sup>re</sup> quinzaine de juillet et mois d'août). Les Français consomment environ 6 litres de glaces par an et par personne, loin derrière les États-Unis (23 litres) et les pays nordiques (15 litres). En France, les glaces sont principalement consommées l'été ou aux périodes de fêtes et sont, contrairement à certains pays, concurrencées tout au long de l'année par la multitude de desserts lactés présents sur le marché. La profession souhaite parvenir à désaisonnaliser la consommation de glaces en innovant dans la diversification des produits.

Dans le même temps, les échanges extérieurs ont fortement progressé. Les exportations (314 millions d'euros en 2002) ont plus que doublé en valeur (et triplé en quantités) entre 1995 et 2002 et la valeur des importations s'est accrue de 70 % (+ 90 % en quantités). Les échanges se font essentiellement avec l'Union européenne. En 2002, 83 % des glaces sont exportées vers l'UE et la totalité des importations provient de cette zone. L'excédent commercial (+ 138 millions d'euros en 2002) a été multiplié par

trois sur cette période. À noter que les exportations augmentent de + 30 % en 2002, sans doute en relation avec l'implantation d'une nouvelle usine Häagen-Dazs fin 2001.

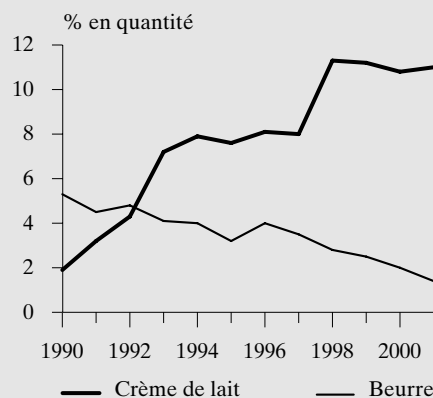
### Le marché des glaces est fortement concurrentiel

Le secteur est très concentré. Selon l'enquête annuelle d'entreprises du SCEES, le secteur compte seulement 19 intervenants ayant pour activité principale la fabrication de glaces (sans tenir compte des artisans glaciers qui représentent environ 15 % de la production) et 22 entreprises contribuent à la fabrication de glaces. Les ventes de la branche atteignent 934 millions d'euros en 2001. Les quatre premières entreprises réalisent 64 % de ces ventes et contribuent à 87 % des exportations.

Selon la revue AGIA-Alimentation, deux groupes dominent le marché international et le marché français, le groupe Unilever avec sa filiale Cogésal-Miko (marques Miko, Magnum,

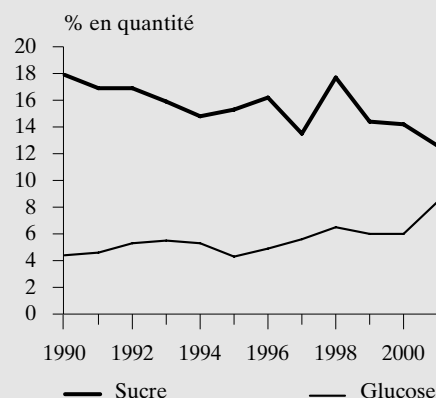
Cornetto, Solero et Carte d'or) et le groupe Nestlé (Nestlé Grand Froid) avec les marques Nestlé, La Laitière, Exquise. Ces deux groupes détiennent près de 50 % du marché en volume (hors marques de distributeurs). Le groupe Masterfoods (marques Mars, Nuts, Bounty) arrive en troisième position. Dans ce domaine très concurrentiel, les marques de distributeurs (MDD) occupent une place très importante et arrivent en première position avec plus d'un tiers du marché. Les principales entreprises fabriquant ces marques de distributeurs sont la société Rolland, les Délices du Val Plessis (filiale d'Intermarché) et Boncolac SA (filiale du groupe coopératif 3A). La production de cette dernière était jusqu'à présent destinée à 80 % aux marques de distributeurs (marque Pilpa). En 2002, profitant de la notoriété de la marque Candia pour le lait commercialisé par le groupe, elle s'oriente vers une production de crèmes glacées à base de lait liquide, vendues sous la marque Candia glaces et espère atteindre les 40 % sur ses marques propres dans un délai de cinq ans.

### La crème de lait remplace le beurre



Source : SFIG enquête de branche

### Le glucose remplace le sucre



Source : SFIG enquête de branche