

# Chiffres-clés 2009

## 1a- Le Marché français (avec Hard Discount et proxi)

|                                    | 2009    |            | 2008    |            | 2007    |            |
|------------------------------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|
|                                    | tonnes  | Millions € | tonnes  | Millions € | tonnes  | Millions € |
| Céréales prêtes à consommer (CPAC) | 120 151 | 654        | 122 100 | 656        | 123 300 | 645        |

Source : Total Marché Français (avec Hard Discount et proxi) (extrapolation IRI / TNS Worldpanel en 2009)

## 1b- Le marché français (hors Hard Discount et "hors domicile")

|                                    | 2009           |              | 2008          |              | 2007           |              |
|------------------------------------|----------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|
|                                    | tonnes         | Millions €   | tonnes        | Millions €   | tonnes         | Millions €   |
| Céréales prêtes à consommer (CPAC) | 98 091         | 571,5        | 96 750        | 563,8        | 98 238         | 555,1        |
| Céréales à préparer (avoine)       | 2 378          | 8,1          | 2 089         | 6,9          | 1 797          | 5,7          |
| Céréales bio et diététiques        | 660            | 5,1          | 559           | 4,3          | 495            | 3,7          |
| <b>Total</b>                       | <b>101 129</b> | <b>584,7</b> | <b>99 398</b> | <b>575,0</b> | <b>100 530</b> | <b>564,5</b> |

Source : IRI Census P13 2009

## 2 - La consommation

- Le ratio production totale sur population est de 1,86 kg pour l'année
- 62,7 % des ménages acheteurs
- 6,6 kg/ménage acheteur

Sources : 2009 P13 IRI base IRI Census / TNS Worldpanel tous circuits sur 12 mois

- Consommation moyenne

|                          | Ensemble de la population | Seuls consommateurs |
|--------------------------|---------------------------|---------------------|
| Enfants (3-17 ans)       | 13,9 g / jour             | 23,1 g / jour       |
| Adultes (18 ans et plus) | 4,8 g / jour              | 28,3 g / jour       |

Les céréales sont très largement consommées au petit déjeuner (près de 90 %) et quasi exclusivement pendant les repas

Source : enquête INCA 2

## 3 - Les Catégories de produits

|   | Pdm valeur   | Pdm volume   |
|---|--------------|--------------|
| <b>Produits pour enfants et adolescents</b> | <b>52,7%</b> | <b>55,5%</b> |
| Dont chocolatés                             | 37,5%        | 40,0%        |
| Dont au miel, au caramel, ...               | 15,2%        | 15,5%        |
| <b>Produits pour adultes</b>                | <b>47,3%</b> | <b>44,5%</b> |
| Dont mueslis croustillants                  | 13,5%        | 15,3%        |
| Dont mueslis traditionnels                  | 3,1%         | 3,7%         |
| Dont ligne, forme et santé                  | 28,6%        | 22,4%        |
| Dont produits familiaux                     | 2,1%         | 3,1%         |

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2009, Source IRI Census, HM+SM)

## 4 - Les Principales marques (\*)

|                               | Pdm valeur | Pdm volume |
|-------------------------------|------------|------------|
| SPECIAL K ..... (Kellogg's)   | 16,7%      | 11,9%      |
| FITNESS ..... (Nestlé)        | 6,5%       | 5,4%       |
| CHOCAPIC ..... (Nestlé)       | 6,6%       | 6,8%       |
| COCO POPS ..... (Kellogg's)   | 3,9%       | 3,9%       |
| TRESOR ..... (Kellogg's)      | 6,0%       | 5,6%       |
| COUNTRY CRISP ..... (Jordans) | 3,6%       | 3,6%       |
| LION ..... (Nestlé)           | 3,9%       | 4,5%       |
| MIEL POPS ..... (Kellogg's)   | 3,3%       | 3,3%       |
| FROSTIES ..... (Kellogg's)    | 2,5%       | 2,5%       |
| CRUNCH ..... (Nestlé)         | 2,3%       | 2,6%       |

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2009, Source IRI Census, HM+SM)

(\*) Sur total CPAC. Le terme "marques" peut qualifier une marque donnée ou une gamme de produits sous le nom d'une même marque

## 5 - Les Fabricants

|  | Pdm valeur | Pdm volume |
|--|------------|------------|
| Kellogg's  | 41,1%      | 34,7%      |
| Nestlé   | 27,2%      | 26,4%      |
| Marques de distributeurs et 1 <sup>er</sup> prix | 20,7%      | 27,0%      |
| Jordans  | 4,6%       | 4,9%       |
| Weetabix   | 1,1%       | 1,1%       |
| Quaker   | 3,3%       | 4,0%       |
| Autres   | 2,0%       | 1,9%       |

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2009, Source IRI Census, HM+SM)

Parts de marché sur un % total Céréales (CPAC, céréales à préparer, Bio et Diététiques)