



Syndicat Français  
des Céréales du Petit Déjeuner

## Chiffres-clés 2014

### 1a - Le MARCHÉ FRANÇAIS (avec Hard Discount et proxi, E-commerce, circuits spécialisés)

	2014		2013		2012	
	tonnes	Millions €	tonnes	Millions €	tonnes	Millions €
Céréales prêtes à consommer (CPAC + Avoine)	<b>127 919</b>	<b>682</b>	127 840	697	129 469	714

Source : Total Marché Français (avec Hard Discount, proxi, E-commerce et circuits spécialisés) (extrapolation IRI / TNS Worldpanel en 2014)

### 1b - Le MARCHÉ FRANÇAIS (hors Hard Discount et « hors-domicile »)

	2014		2013		2012	
	tonnes	Millions €	Tonnes	Millions €	tonnes	Millions €
Céréales prêtes à consommer (CPAC)	<b>104 371</b>	<b>583,5</b>	102 623	585,8	101 985	595,1
Céréales à préparer (avoine)	<b>3 296</b>	<b>10,2</b>	2 809	9,0	2 611	8,6
Céréales bio et diététiques	<b>3 528</b>	<b>24,5</b>	3 008	21,0	2 598	18,2
<b>TOTAL</b>	<b>111 195</b>	<b>618,2</b>	108 440	615,8	107 194	621,9

Source : IRI Censur P12 2014

## 2 – La CONSOMMATION

- Le ratio production totale sur population est de 1,9 kg par habitant pour l'année
- 65,9% des ménages acheteurs
- 6,5 kg par ménage acheteur

Source : 2014 P13 Kantar tous circuits sur 13 périodes

### 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 : Traitement Crédoc, base INCA2 (AFSSA) octobre 2008

## 3 – Les CATEGORIES DE PRODUITS

	2014		2013	
	PDM volume	PDM valeur	PDM volume	PDM valeur
<b>Produits pour enfants</b>	<b>30,9%</b>	<b>31,4%</b>	<b>31,0%</b>	<b>32,4%</b>
Dont chocolatés	18,5%	19,7%	19,5%	21,0%
Dont au miel, au caramel, ...	12,4%	11,7%	11,5%	11,4%
<b>Produits pour adolescents</b>	<b>24,6%</b>	<b>25,4%</b>	<b>24,5%</b>	<b>24,6%</b>
<b>Produits pour adultes</b>	<b>42,7%</b>	<b>40,2%</b>	<b>43,0%</b>	<b>40,3%</b>
Dont équilibre (pétales de riz, blé ou blé complet, ...)	18,5%	14,6%	20,4%	15,9%
Dont plaisir (muesli croustillant, ...)	17,3%	17,8%	15,4%	16,2%
Dont bien-être (produits riches en fibres, muesli traditionnel, flocon d'avoine, ...)	6,9%	7,8%	7,2%	8,2%
<b>Produits HOT (avoines)</b>	<b>1,8%</b>	<b>3,0%</b>	<b>1,5%</b>	<b>2,7%</b>

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2014, Source IRI Censur, HM+SM+ecommerce)

MAI 2015

1



Syndicat Français  
des Céréales du Petit Déjeuner

#### 4 – Les PRINCIPALES MARQUES (\*)

	<b>Pdm valeur</b>	<b>Pdm volume</b>
✓ TRESOR (Kellogg's)	12,3%	11,2%
✓ SPECIAL K (Kellogg's)	12,3%	8,8%
✓ CHOCAPIC (Nestlé)	6,5%	6,9%
✓ LION (Nestlé)	5,3%	6,3%
✓ FITNESS (Nestlé)	4,6%	3,7%
✓ MIEL POPS(Kellogg's)	3,9%	3,5%
✓ COCO POPS(Kellogg's)	3,7%	3,6%
✓ CRUESLI-Quaker(Pepsico)	3,4%	3,5%
✓ FROSTIES (Kellogg's)	2,5%	2,4%
✓ EXTRA (Kellogg's)	2,4%	1,9%
✓ CRUNCH (Nestlé)	2,0%	2,2%
✓ NESQUIK (Nestlé)	1,8%	2,1%
✓ COOKIE CRISP (Nestlé)	1,4%	1,3%
✓ VARIETY (Kellogg's)	1,3%	0,5%

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2014, 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 PRINCIPAUX FABRICANTS

- ✓ ARTENAY BARS
- ✓ BRUEGGEN FRANCE SNC
- ✓ CERECO
- ✓ CPW FRANCE – NESTLÉ & GENERAL MILLS
- ✓ DAILYCER
- ✓ FAVRICHON
- ✓ KELLOGG'S
- ✓ PEPSICO FRANCE
- ✓ SEVENDAY
- ✓ WEETABIX
- ✓ AUTRES

L'industrie française des céréales pour petit déjeuner représente plus d'une dizaine d'entreprises en France et presque autant d'unités de production. Elle emploie près de 2800 salariés.