

Chiffres-clés 2010

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

	2010		2009		2008	
	tonnes	Millions €	tonnes	Millions €	tonnes	Millions €
Céréales prêtes à consommer (CPAC)	122 233	717	118 750	695	122 100	656

Source : Total Marché Français (avec Hard Discount et proxi) (extrapolation IRI / TNS Worldpanel en 2010)

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

	2010		2009		2008	
	tonnes	Millions €	tonnes	Millions €	tonnes	Millions €
Céréales prêtes à consommer (CPAC)	99 332	574,2	98 287	572,1	96 750	563,8
Céréales à préparer (avoine)	2 923	10,2	2 389	8,1	2 089	6,9
Céréales bio et diététiques	749	5,6	660	5,1	559	4,3
Total	103 004	590,0	101 336	585,3	99 398	575,0

Source : IRI Census P12 2010

2 - La consommation

- La moyenne de consommation per capita est de 1,88 kg pour l'année
- 62,7 % des ménages acheteurs
- 6,3 kg/ménage acheteur

Sources : 2010 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

4 - Les Principales marques (*)

	Pdm valeur	Pdm volume
• SPECIAL K (Kellogg's)	15,6%	10,9%
• FITNESS (Nestlé)	5,9%	4,8%
• CHOCAPIC (Nestlé)	6,2%	6,6%
• COCO POPS (Kellogg's)	4,1%	4,0%
• TRESOR (Kellogg's)	7,8%	7,2%
• COUNTRY CRISP (Jordans)	3,2%	3,2%
• LION (Nestlé)	4,3%	5,0%
• MIEL POPS (Kellogg's)	3,7%	3,5%
• FROSTIES (Kellogg's)	2,6%	2,6%
• CRUNCH (Nestlé)	2,5%	2,8%
• NESQUIK (Nestlé)	2,2%	2,4%
• EXTRA (Kellogg's)	2,1%	1,6%
• CRUESLI QUAKER (Pepsico)	2,1%	2,3%

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2010, 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

3 - Les Catégories de produits

	Pdm valeur	Pdm volume
• Produits pour enfants et adolescents	54,5%	57,3%
Dont chocolatés	39,4%	42,2%
Dont au miel, au caramel, ...	15,1%	15,1%
• Produits pour adultes	45,5%	42,7%
Dont mueslis croustillants	13,8%	15,6%
Dont mueslis traditionnels	3,2%	3,5%
Dont ligne, forme et santé	26,0%	20,3%
Dont produits familiaux	2,5%	3,3%

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2010, Source IRI Census, HM+SM)

5 - Les Fabricants

	Pdm valeur	Pdm volume
• Kellogg's	42,1%	34,9%
• Nestlé	26,7%	26,2%
• Marques de distributeurs et 1 ^{er} prix	20,2%	27,1%
• Jordans	4,3%	4,4%
• Weetabix	1,0%	1,0%
• Pepsico	3,3%	4,2%
• Autres	2,4%	2,2%

(Parts de marché sur 12 mois, P13 2010, Source IRI Census, HM+SM)

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