

## Le marché du snacking

### Montée en gamme, nouveaux entrants, pénétration croissante des MDD, etc. : quelles perspectives pour le marché à l'horizon 2018 ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché du snacking. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions du marché et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants des ventes, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions de marché en grandes surfaces alimentaires à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement  
cette étude sur [Xerfi.com](http://Xerfi.com)

Avec le code étude 5IAA47

**Jérémy Robiolle**  
Chef de projets  
Xerfi France

# Le marché du snacking

**Montée en gamme, nouveaux entrants, pénétration croissante des MDD, etc. :  
quelles perspectives pour le marché à l'horizon 2018 ?**

Edition Décembre 2015

160 pages

## Monter en gamme pour échapper à l'image de malbouffe

Année après année, le marché du snacking confirme ses belles dispositions. Et ses perspectives de croissance semblent encore prometteuses à moyen terme. Car sur ce marché d'offre, les industriels et distributeurs entendent bien poursuivre leurs efforts en matière d'innovation. Afin de satisfaire des consommateurs toujours plus exigeants, la plupart cherchent à monter en gamme. Sandwiches sans additifs de Daunat, yaourts ultra-protéinés de Danone, chips aux saveurs de plus en plus sophistiquées de Sibell, etc. : tous les moyens sont bons pour valoriser les produits dont l'image reste encore largement associée à la « malbouffe ». Mais face à l'arrivée de nouveaux acteurs et à la pénétration croissante des MDD, la concurrence ne cesse de s'intensifier. Or, certains segments semblent déjà arrivés à maturité. Dès lors, **quelles sont les réelles perspectives de croissance du marché du snacking à l'horizon 2018 ? Quels seront les segments les plus attractifs et les plus susceptibles d'être bouleversés par l'arrivée de nouveaux entrants ? Sur quels leviers ces derniers s'appuieront-ils pour s'imposer ?**

## Les points clés de l'étude

- **L'étude du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2018**  
Tendances du marché du snacking en GSA en 2015, dynamique par segment et par produit, prévisions exclusives des ventes de produits snacking.
- **Tous les éléments pour comprendre l'évolution de la demande**  
Moteurs et freins structurels du marché du snacking (évolution des modes de consommation et des habitudes alimentaires, image associée au snacking, etc.), dynamique du pouvoir d'achat et de la consommation alimentaire des ménages, concurrence de la restauration rapide.
- **Les axes de développement des acteurs**  
Renforcement des capacités de production des industriels, création de nouvelles références sur le marché, *premiumisation* de l'offre, adaptation des formats aux modes de consommation, optimisation des réseaux de distribution, etc.
- **Le panorama par segment du jeu concurrentiel et des forces en présence**  
Analyse du jeu concurrentiel par segment, positionnement et stratégies des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 16 acteurs clés et bilan économique et financier des 66 premières entreprises du secteur.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur le marché du snacking en GSA à l'horizon 2018. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (habitudes alimentaires, dynamique du pouvoir d'achat des ménages, etc.), le contexte concurrentiel (nombre d'acteurs, poids des MDD sur chaque segment) et les mutations de l'offre (renouvellement régulier des produits, adaptation aux attentes des consommateurs, etc.).

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.*

#### 1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ DU SNACKING

##### 1. LES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ

- Les principaux déterminants du marché

##### 2. LE MARCHÉ DU SNACKING JUSQU'EN 2015

- A retenir
- L'évolution des déterminants
- Les ventes totales de produits snacking en GSA
- Les ventes totales de produits snacking par segment en GSA
- Les ventes sur les différents segments en GSA : produits pour l'apéritif, produits frais non surgelés, biscuits sucrés, produits à réchauffer non surgelés et fromages

##### 3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL

- A retenir
- L'évolution des déterminants
- Les ventes totales de produits snacking en GSA à l'horizon 2018
- Les opportunités et menaces à moyen terme

#### 2. L'ENVIRONNEMENT EXTERNE DU MARCHÉ DU SNACKING

##### 1. L'ANALYSE DES MOTEURS ET FREINS STRUCTURELS DU MARCHÉ

- L'analyse PESTEL
- Les politiques publiques de prévention en matière alimentaire
- L'évolution des habitudes alimentaires
- La pratique du snacking
- L'image associée au snacking

#### 2. L'ANALYSE DE LA DEMANDE

- Le pouvoir d'achat des ménages
- Les dépenses de consommation alimentaire des ménages
- Le parc de grandes surfaces alimentaires en France
- Le parc de stations-service sous enseigne en France
- Le chiffre d'affaires des gestionnaires de distributeurs automatiques (panel Xerfi)
- La concurrence de la restauration rapide

#### 3. LES PRINCIPAUX FAITS MARQUANTS ET L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE

##### 1. LES PRINCIPAUX FAITS MARQUANTS ET L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE

- Vue d'ensemble

##### 2. LES AXES DE DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ DU SNACKING

- Le renforcement des capacités de production des industriels
- L'accroissement de l'offre sur le marché
- Le développement d'une offre haut de gamme
- L'adaptation des formats aux nouveaux modes de consommation
- L'optimisation des réseaux de distribution
- La création et la préservation de l'identité de marque

#### 4. LES JEUX CONCURRENTIELS ET LES FORCES EN PRÉSENCE

##### 1. LE JEU CONCURRENTIEL ET LES FORCES EN PRÉSENCE

- A retenir

##### 2. LE JEU CONCURRENTIEL

- Le jeu concurrentiel dans le snacking par segment
- Focus sur le jeu concurrentiel dans les produits à réchauffer non surgelés
- Focus sur le jeu concurrentiel dans les desserts pour snacking

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Positionnés très tôt sur le marché du snacking, les « précurseurs », à l'image de Sodebo, Norac, PepsiCo ou Ferrero, sont confrontés aux offensives des « nouveaux entrants » (Fleury Michon, Bonduelle, Michel et Augustin, Andros, etc.), qui cherchent à combler leur retard. Tous ces acteurs doivent composer avec la forte concurrence des MDD, qui disposent, selon les segments de marché, d'importantes parts de marché.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs du snacking. Parmi ceux-ci : le renforcement des capacités de production des industriels, l'accroissement de l'offre sur le marché, le développement d'une offre haut de gamme, l'adaptation des formats aux nouveaux modes de consommation, l'optimisation des réseaux de distribution, ou encore la création ainsi que la préservation de l'identité des marques.

### 3. LES FORCES EN PRESENCE

- Le positionnement des principaux acteurs du snacking par profil
- Le positionnement des principaux acteurs du snacking par segment
- Les parts de marché des principaux acteurs dans le snacking par segment

### 4. LES FICHES D'IDENTITE DES « PRECURSEURS »

- Sodebo, Norac, Groupe Pierre Martinet, PepsiCo, Intersnack Group, Mondelez International, Ferrero, Mars, Materne Mont-Blanc, Bel, Savencia, Danone

### 5. LES FICHES D'IDENTITE DES « NOUVEAUX ENTRANTS »

- Fleury Michon, Bonduelle, Michel et Augustin, Andros

### 6. LES PRINCIPALES ENSEIGNES DE GRANDE DISTRIBUTION

- Le positionnement des principales enseignes de distribution dans le snacking

## 5. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 66 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 66 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2010-2014, selon la disponibilité des comptes. 65% des comptes non consolidés 2014 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude. Les sociétés présentes sur le marché du snacking et n'ayant pas déposé leurs comptes depuis 2012 n'ont pas été conservées.

## LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- ALTHO
- ANDROS
- AGRIAL
- BEL
- BONDUELLE
- DANONE
- EBRO FOODS
- FERRERO
- FLEURY MICHON
- GROUPE PIERRE MARTINET
- INTERSNACK GROUP
- KELLOGG'S
- LABEYRIE
- LACTALIS
- LAITA
- LDC
- MAITRE PRUNILLE
- MARS
- MATERNE MONT BLANC
- MICHEL ET AUGUSTIN
- MONDELEZ INTERNATIONAL
- NESTLE
- NORAC
- PEPSICO
- SAVENCIA
- SIBELL
- SODEBO
- SODIAAL
- TYRRELLS

## PRINCIPALES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE (\*)

- BONDUELLE FRAIS FRANCE
- BONDUELLE FRAIS TRAITEUR
- BONDUELLE TRAITEUR INTERNATIONAL
- BRETZEL BURGARD
- BRIOCHE PASQUIER AUBIGNY
- BRIOCHE PASQUIER CERQUEUX
- BRIOCHE PASQUIER CHARANCIU
- BRIOCHE PASQUIER CHATELET
- BRIOCHE PASQUIER ETOILE
- CHARAL
- CHIPS MAISON
- CIE DES FROMAGES ET RICHESMONTS
- COTOLOT
- DANONE PRODUITS FRAIS FRANCE
- DAUNAT PICARDIE
- DEL MONTE FRANCE
- ENTREMONT ALLIANCE
- EURIAL
- FERRERO FRANCE
- FINDUS FRANCE
- FLEURY MICHON
- FLORETTE FOOD SERVICE FRANCE
- FLORETTE MACON
- FROMAGERIE DE NEUFCHATEAU
- FROMAGERIES BEL
- FROMAGERIES BEL PRODUCTION FRANCE
- HERTA
- INTERSNACK FRANCE
- KELLOGG'S PRODUITS ALIMENTAIRES
- LA BELLE HENRIETTE
- LA DUCALE CHIPS ARTISANALES
- LABEYRIE
- LABEYRIE FINE FOODS
- LABEYRIE TRAITEUR SURGELES
- LAITERIE NOUVELLE DE L'ARGUENON
- LAITERIES TRIBALLAT
- LDC FOODS
- LUNOR DISTRIBUTION
- LUSTUCRU FRAIS
- MAITRE PRUNILLE
- MARINE HARVEST KRITSEN
- MARTINET
- MATERNE
- MONDELEZ FRANCE BISCUITS PRODUCTION
- MONDELEZ FRANCE CONFECTIONERY PRODUCTION
- MONDELEZ FRANCE R&D
- MONDELEZ STRASBOURG PRODUCTION
- MONT BLANC
- NESTLE FRANCE
- NUTRITION ET SANTE
- PANZANI
- PROVENCE CHIPS
- SAVENCIA
- SENOBLE DESSERTS PREMIUM
- SIBELL
- SOCOPA VIANDES
- SODIAAL UNION
- STE DE LA FROMAGERIE BOURSIN
- TIPIAK PANIFICATION
- TIPIAK TRAITEUR-PATISSIER
- TRAITEUR DE LA TOUQUES
- UNITED BISCUITS FRANCE
- UNITED BISCUITS INDUSTRIES
- VITAGERMINE
- WEIGHT WATCHERS FRANCE
- YOPLAIT FRANCE

(\*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **5IAA47** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché des plats cuisinés**  
5IAA37 – Décembre 2015
- **Le marché des plats cuisinés frais**  
5IAA52 – Octobre 2015

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON**DE  
**COMMANDE**

A retourner à :  
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
Téléphone : 01 53 21 81 51  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 5IAA47 / XR

#### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_  
Adresse email : \_\_\_\_\_  
Téléphone : \_\_\_\_\_  
TVA Intra : \_\_\_\_\_  
N° SIRET : \_\_\_\_\_

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016 (TVA 20,0%).

## Le marché du snacking

Montée en gamme, nouveaux entrants, pénétration croissante des MDD, etc. : quelles perspectives pour le marché à l'horizon 2018 ?

#### MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
<b>1 600,00 € HT</b>	<b>1 600,00 € HT</b>	<b>2 000,00 € HT</b>
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



#### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

