

L'INTERVIEW

6 Jacques Dupré, directeur Insights et communication d'Iri, et Olivier Humeau, directeur général d'Iri France

12 LES CHIFFRES

28 ÉPICERIE



30 Indicateurs

■ Épicerie salée

- 32 **Conserves de poissons** Comment le secteur a réussi à sortir la tête de l'eau
- 33 **Potages et sauces** La soupe pâtit du fait-maison et de la météo
- 34 **Assaisonnements et condiments** Recettes exotiques et originales, ou l'art de développer les goûts
- 36 **Féculeux** Pâtes, riz et blé jouent les innovations deux en un

- 38 **Petfoods** Un salut espéré du côté de l'e-commerce
 - 40 **Plats cuisinés** Le bout du tunnel est-il enfin là ?
 - 41 **Nutrition infantile** Le bio s'installe dans les assiettes des bébés
 - 42 **Conserves de légumes** Les industriels capitalisent sur le végétal
 - 43 **Produits apéritifs** L'apéro embarqué dans la vague du sain
- Épicerie sucrée**
- 44 **Café** Le « petit noir » à l'assaut de tous les palais
 - 46 **Confiserie** Les bonbons en pleine effervescence
 - 47 **Thés et infusions** Le bio et la santé en maîtres atouts
 - 48 **Sucres et aides à la pâtisserie** Cure de jouvence pour enrayer le déclin
 - 49 **Pâtisserie industrielle** Madeleine et brownie, toujours stars de la catégorie
 - 50 **Panification sèche** Des marques à la reconquête du petit déjeuner !
 - 51 **Compotes** Authentiques, pratiques... elles défient le temps
 - 52 **Panification préemballée** Coup de mou pour le pain de mie classique
 - 53 **Biscuits** Gourmands oui, mais surtout plus sains et plus funs

54 LIQUIDES

- 56 **Indicateurs**
- 57 **Eaux Plates, gazeuses, aromatisées...** le succès confirmé
- 58 **Jus de fruits** L'ambiance commence à reprendre des couleurs
- 59 **Boissons à base de thé** Un avenir qui s'annonce très prometteur
- 60 **Cidres** Les fabricants en quête de modernité
- 61 **Colas Sans-sucre et petits formats** limitent la casse
- 62 **Bières et panachés** Un phénomène durable et exemplaire
- 63 **Apéritifs** En pleine mutation générationnelle
- 64 **Alcools blancs et liqueurs** Le gin profite à plein de la folle des cocktails



- 65 **Mousseux et champagnes** Les upper millennials, une cible de choix
- 66 **Vins** Faire du rayon un espace digne des caves

68 FRAIS LIBRE-SERVICE



- 70 **Indicateurs**
- 71 **Surgelés sucrés** Objectif : désaisonnaliser les ventes

96 DPH

- 98 **Indicateurs**
- 99 **Papiers de la maison** Un exemple à suivre au sein de l'hygiène-beauté
- 100 **Emballages ménagers** Les nouveaux usages se multiplient
- 102 **Brosserie** La montée en gamme plus que jamais au rendez-vous
- 104 **Entretien du linge** Plombé par un trop-plein de promotions
- 105 **Produits vaisselle** Les produits écologiques empêchent le plongeon
- 106 **Entretien spécifique** Le recrutement comme axe prioritaire
- 108 **Soins beauté** Les belles promesses des masques
- 110 **Hygiène corporelle** Prendre soin de son corps... mais naturellement
- 112 **Parapharmacie** Une baisse de forme au programme
- 114 **Papier de la personne** Bagarre en vue sur tous les fronts

- 72 **Surgelés salés** Retrouver la confiance des consommateurs
- 74 **Ultrafrais** Le gourmand et l'alternatif à la rescousse
- 76 **Beurre - Œufs - Lait** Les pénuries de matières premières handicapent le marché
- 78 **Charcuterie** Le développement des filières qualité s'accélère
- 79 **Saurisserie** La truite en vogue, le saumon à la dérive
- 80 **Fromages** Plébiscités de l'apéritif jusqu'à la fin du repas
- 82 **Volailles** Le poulet certifié fait de la résistance
- 84 **Fruits et légumes** Le sous-vide séduit les adeptes du végétarisme
- 86 **Tour du monde fruits et légumes**
- 88 **Traiteur** La pause-déjeuner, pépite du rayon
- 90 **Tour du monde traiteur**
- 94 **Boucherie** Les acteurs de la viande alignent leurs armes
- 95 **Tour du monde boucherie**



- 116 **Capillaires** Victime de la déconsommation et de la concurrence

118 SUR LE GRIL

Les confidences de Gary Swindells, président de Costco Wholesale France

Crédits couverture : Getty Images - Laetitia Doucet

►► Pour s'abonner ► www.lsa.fr/abonnement ► Déjà abonné ► abo@info-pro.fr - 01 77 92 99 14 ◀◀

Président Jean-Louis
Directeur général délégué Pierre-Yves
Directeur de la rédaction Anne-Sophie
Secrétariat de rédaction Anne-Sophie
Directeurs en chef adjoints Florence
Directeur de la distribution Jean-Benoît
Directeur de la publicité Raphaël
Directrice de la clientèle Stéphanie
Directrice de la clientèle et développement Stéphanie
Directrice de la clientèle Stéphanie

Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie

Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie
Directrice des relations Stéphanie