

<https://www.lsa-conso.fr/lsa-du-26-octobre-2017-2407>

[LSA](#) > [Magazines de l'année 2017](#) > N°2479



En couverture

LSA N°2479 du 26 octobre 2017

[Consulter le numéro complet](#)

EDITO

- [\[Editorial\] Électrochoc nécessaire](#)

HS PGC

- [Conserves de poisson : comment le secteur a réussi à sortir la tête de l'eau](#)
- [Plats cuisinés : le bout du tunnel est-il enfin là ?](#)
- [Conserves de légumes : les industriels capitalisent sur le végétal](#)
- Le « petit noir » à l'assaut de tous les palais
- Les bonbons en pleine effervescence
- Cure de jeunesse pour enrayer le déclin
- Des marques à la reconquête du petit déjeuner !
- L'ambiance commence à reprendre des couleurs
- Les fabricants en quête de modernité
- Un phénomène durable et exemplaire
- Le gin profite à plein de la folie des cocktails
- Faire du rayon un espace digne des cavistes
- Retrouver la confiance des consommateurs
- Le gourmand et l'alternatif à la rescousse
- Le développement des filières qualité s'accélère
- La truite en vogue, le saumon à la dérive
- La pause-déjeuner, pépite du rayon
- Les acteurs de la viande aiguisent leurs armes
- La montée en gamme plus que jamais au rendez-vous
- Plombé par un trop-plein de promotions
- Les belles promesses des masques
- Prendre soin de son corps... mais naturellement
- Une baisse de forme au programme

- Bagarre en vue sur tous les fronts
- [Petfood : un salut espéré du côté de l'e-commerce](#)
- [Nutrition infantile : le bio s'installe dans les assiettes des bébés](#)
- L'apéro embarqué dans la vague du sain
- Le bio et la santé en maîtres atouts
- Madeleine et brownie, toujours stars de la catégorie
- Authentiques, pratiques...elles défient le temps
- Gourmands, oui, mais surtout plus sains et plus fun
- Coup de mou pour le pain de mie classique
- Un avenir qui s'annoncetrès prometteur

- Sans-sucre et petits formats limitent la casse
- En pleine mutation générationnelle
- Les upper millennials, une cible de choix
- Objectif : désaisonnaliser les ventes
- Les pénuries de matières premières handicapent le marché
- Plébiscités de l'apéritif jusqu'à la fin du repas
- Les nouveaux usages se multiplient
- Les produits écologiques empêchent le plongeon
- Un exemple à suivre au sein de l'hygiène-beauté
- Victime de la déconsommation et de la concurrence
- [Assaisonnements et condiments : recettes exotiques et originales, ou l'art de développer les goûts](#)
- [Féculents : pâtes, riz et blé jouent les innovations deux en un](#)
- [Potages et Sauces : la soupe pâtit du fait-maison et de la météo](#)
-
-
- Le sous-vide séduit les adeptes du végétarisme
-
- Plates, gazeuses, aromatisées... le succès confirmé
- Le poulet certifié fait de la résistance
- Le recrutement comme axe prioritaire
-
-
-
- Le traiteur conforte son statut de locomotive
- Un secteur dans la tourmente
- 30,76 Mrds € Le chiffre d'affaires de l'épicerie, à + 0,5 % - 0,7 % L'évolution en volume + 1,2 % L'évolution des prix
-
-
-
- Épicerie
- Liquides
- DPH

REGARD SUR LA CONSO

- [Jacques Dupré, directeur Insights et communication d'Iri, et Olivier Humeau, directeur général d'Iri France : "Le consommer-moins est devenu une réalité économique"](#)

SUR LE GRIL

- Gary Swindells

Hors-série LSA PGC – Octobre 2017

[Marchés](#), [PGC - Produit de grande consommation](#), [Hors-série](#)

Yaura-t-il un avant et un après États généraux de l'[alimentation](#)? Très certainement... Alors que le président de la République, [Emmanuel Macron](#), vient, à l'occasion d'un bilan d'étape, de fixer un cap clair aux différents acteurs, renvoyant chacun à ses responsabilités, sans exclure néanmoins un recours à la loi, la prise de conscience qu'il faut changer de paradigme semble désormais évidente et partagée par tous. Tout comme cette quête d'une alimentation de meilleure qualité, revendiquée haut et fort ces derniers mois par tous les distributeurs et les industriels.

Même s'il s'agit de passer maintenant de la parole aux actes, c'est en soi un premier pas de géant ! Il était temps... Car pendant que les uns et les autres s'enfonçaient dans une guerre des prix « stérile », le consommateur changeait. On le répétait depuis des années, mais désormais, c'est une certitude. Selon un sondage exclusif mené par Toluna pour LSA, plus de 70 % des Français déclarent rechercher aujourd'hui des produits plus sains. Des déclarations qui se répercutent de plein fouet dans les comptes de la grande distribution. « Le "consommer-moins" est devenu une réalité économique. Et on ne voit pas comment ni pourquoi il y aurait un retour en arrière », confirme Olivier Humeau, directeur général d'[Iri](#) France (lire pages 6 à 10). Conséquence, pour la première fois, depuis la crise de 2008, le secteur des PGC pourrait terminer l'année dans le rouge en volume.

Une mauvaise nouvelle pour les hypermarchés, supermarchés et autres circuits de la GMS. Ou si l'on choisit la version optimiste, un électrochoc nécessaire pour repenser totalement leur stratégie. Avec, comme préalable incontournable, de répondre aux attentes des consommateurs en proposant davantage de [bio](#), de naturel, de végétal..., mais aussi, et avant tout, des produits de qualité!

D'autant que consommer moins dit aussi consommer autrement et ailleurs que dans la GMS. Impossible pour ces derniers de faire fi de la montée en puissance des circuits alternatifs! Impossible de ne pas reconnaître l'impact réel sur les ventes du rayon fruits et légumes dans le premier cas et lessive dans le second, lorsqu'un Grand Frais ou un Action s'installe en face d'un hypermarché. Selon Iri, les deux tiers des occasions de courses se font ailleurs qu'en hypers et supermarchés. Avec, en tête des cinq circuits préférés, les producteurs, les cavistes, les commerces de quartier, les marchés et les magasins bio, quand les hypermarchés sont relégués en 9e position, en chute de 4 rangs, et les supermarchés en 14e position sur 17, en

recul également de 4 places. Or, le premier motif de fréquentation de ces derniers étant, au risque de se répéter, la qualité, devant le conseil et l'exclusivité des produits!

Difficile de faire plus clair comme message. La défiance envers le monde de l'agro-industrie n'ayant jamais été aussi forte – le food bashing aussi –, le défi ne sera pas simple à relever, mais pas impossible... En témoigne ce hors-série, qui, à travers l'analyse de 50 marchés phares des PGC, prouve qu'une nouvelle ère est bel et bien en marche.

FBRAY@LSA.FR