



**22** Grâce à de multiples fusions, acquisitions et rapprochements, l'industrie laitière s'est restructurée à marche forcée. Objoit!!! faire face à la Hn des quotas et à la libéralisation du marché du lait en Europe.



**38** Nouvelle certification, vente de viande sur internet, développement du traiteur, marchandising du snacking... Le frais non laitier français se cherche des pistils de croissance, et pourrait aussi s'inspirer de ce qui se fait outre-Mancho-lllllll !!!!

**3** Éditorial

**8** L'actu du secteur

**L'ENQUÊ**

**10** les nouveaux circuits du frais

**LES CHIFFRES**

**16** 2013 resserre les écarts

**LA CRÉMERIE**

les stratégies

**24** Les entreprises laitières se renforcent tous azimuts

les tendances

**28** Au cœur du recyclage des briques alimentaires

**30** les beurres aromatisés peinent à percer

**32** Tour du monde

les magasins

**34** Dans les coulisses d'une fromagerie d'hypermarché

**36** les marques françaises de fromages en retard sur les réseaux sociaux

**LE FRAIS NON LAITIER**

les stratégies

**40** Le modèle anglais en question

**44** Viahdes de France, la volonté d'être vues

**46** Vend re de la viande fraîche sur internet, c'est possible!

lestendances

**48** le traiteur grossit avec l'offre complète

**52** la sélection viandes de LSA

**54** le jambon de Bayonne lorgne l'international

**56** la truite fumée, rei ne des flots

**58** la sélection snacking de LSA

**60** Rayon snacking recherche forme désespérément

Crédits couverture: Martine Pallray -

5  
1  
4

Ple-kjdonl Cll1811julo CzaJka  
Directeur général d6:1 gult pfile Assumm:ct. D15b1but hm  
& E\*inemen1S'nd1f1n1lanJOfil  
flur )oindra "on" con'spondo'ts. compo5111 017792,  
puisle' qualm cllllus qu' mrvoncllaquo 00111  
•11Moclon 101-1 01-792-980  
Dirootnur do ta fédacillon l'iel Puget. 9224  
Réd. actauai n Ch'f f'adjoInts-  
Florento Bril), 92391p'le Inauslo);  
GYJ 111111111 B'101' C'1111S. 9222'(risea" OIW<Jb);  
J'OrOfne Par'gi. 9228 ijolle "1n1Ullon)  
AlS1rante Cillloo RlbeS. 0229  
P61a d1st1nbuton Jeun 1o6l C. 11SS1 9231 leosel11neun non  
elmlloJ Jean-O'p1ale Duvo1, 9245 ton8111Jf10• ollmrlnlnrosJ :  
Moroon Loctrc, 11230 jllricolage, Jmdinego. mouoles dl'ccxall-cxü

Polo Industrlo Jullo Uu1 f'ellce 92aJ frols non la11S1:  
Emm1nufil Gaviud. 92a2 (OPIO: Cl'millo Hn. 1 9237! or6motin, llruotce):  
Syl10 Lvobru 9240 (épkorbl; SyMi 1111boubroier. 9236 tchal 'onclUj;  
lqude> V'oronq" 1Y1ar1f1o111119236 (dlochromfoovar, juuo. 8POf1)  
l'1lo motérs Fnlljéro Slonol1, 9242 (11ultim61Jla);  
Florent Mallcl, 9276 (éJulpo111erU carb1tanO: Magali Picard, 9243 (om  
C1'enqu6b, AH1 MaralloVbr. 11573 (jolo)  
arancb report'rc SyM111111111, 9225 aluUO1S indU1J1rle.com1111erce,  
!1fms0 do r. omomroceur. s.1cur16 nhimcn'alre  
ol non oUmon1firo): Drullf11 1111Cafo. 9228 (centrus commC1olaux,  
Ul'1rismo COITNootc1n1)  
c. orrespondantstég, onaux et Intematonaux  
L1Jtesur lsa.fr

•R6n1n1lon ( ..:01 179298 60)  
O1ractdec dM r aUsatons du pOle Services  
Plm'lo LcwlJlor. 9253  
O1rodrce art1rt'quo Adolloo Spenglor, 9256  
Secn't'ri'l do r1d'c'tion Mane An1., 9255(1" SR):  
R1n M1. 1. U268: Mono S1Vesh, 9•117  
Maqu'11• Pa'cl11• Bou'w1s, 9262: d1w1sophe Durani, 9539;  
olo Rynw11, 9200  
Photo Sheila Minlon, C 85 (chaide "1JV1Co pilla SNVlce :  
NnVldlo Cattaru-czi. 9467, 1J11U1U Otwle, 9571 (rlpOlt r photographe)  
Infographe Martino l'alrai, 9281

62

Sur ce flanchet les surgelés de 4,6 milliards d'euros, stable en 2013, les 011cu11s g h éralistes mofintlenoent leurs bons résultats face aux •freezer canters\*. Lavente à domicile, elle, accuse un grand coup de froid.

72

Face à l'insatisfaction des consommateurs concernant la saveur des fruits et légumes, les semenciers et les marques accélèrent leurs efforts pour développer des offres riches en goût. Un défi détaillé

pour l'ensemble de la filière.

## LES SURGELÉS

les stratégies

64 Une journée au cœur de la production de Mars Glaces

66 Les hypers s'imposent au rayon surgelés

67 Interview d'Alain-Dominique Faure, président d'Iglo France: «Nous voulons devenir le leader des surgelés salés en France»

les tendances

68 Les spécialités gourmandes en plein essor

70 Des produits apéritifs pour toute l'année

71 La sélection meubles froid de LSA

## LES FRUITS ET LÉGUMES

les stratégies

74 Objectif goût pour la filière

les tendances

76 Toute la palette de la fraîche découpe au Leclerc de Pau

80 Les nouveautés de Fruit Logistica

82 La sélection fruits et légumes de LSA

les magasins

84 Les fruits et légumes face au défi du drive

86 Amazon Fresh, l'épouvantail

### • Événements (Conférences/Formations) Sur mesure

Directeur Manon Rossetti, Chef de marché Nalhalle C.bos 998  
Service clients 9906

### • Marketing, Diffusion-Abonnements

Directeur Jean-Baptiste Alline  
Diffusion et marketing clients Laurence Vassor

### • Commercial

Publicité (fax: 0177929656; tél: 0177929278)

Directrice de publicité Iloua Ralilid, n273

Assistante Marie-Ange Hemendez, 9278

Directrice de clientèle et développement pt. Services Fallma Dabdoubil, 9274; Directrice clientèle Élodie Geillod, 9277 (épicerie, boissons alcoolisées, saisons); Cécile Porcher, 9275 (frais, old, boissons non alcoolisées, boucherie, charcuterie, traiteur); Merry Delmotte, 9570 (équipement de magasins, médias, informatique); Directeur da clientèle Olivier Coté, 9272 (équipement de la maison, entretien, loisirs, télé, auto, papeterie)

Régions Lyon Véronique Mignot, 0469100022

Toulouse Intelligence Média Paul Nahon (directeur de région), Sylvie Courel, 0562167414

Responsable commerciale International Simone Sifart 9709

Directeur commercial digital Alain N'Guyen, 9513

### • Fabrication

Directrice de fabrication Fabienne Couderc

Chef de fabrication Véronique Salez

### • Annonces classées (fax: 0117 92 98 64)

Règle Emploi Pro, 9377

### • Pours'aboMer

abo@infopro.fr - 33(1) 77 92 9914

lundi au vendredi (de 9h à 12h et de 14h à 17h (16h vendredi))

LSA - Service Abonnements

Anlony Parc II, BP 20156, 92166 Cedex Antony

1 an, France: 239€ TTC (dont TVA 2,10%)

1 an, étudiants: 61€ TTC (carta d'étudiant oblige)

tranger: nous consulter

GRUPPE INDUSTRIE SERVICES INFO  
Antony Parc II, 10, place de Général-de-Gaulle, BP 20156, 92166 Antony Cedex  
Groupe Industrie Services Info fournit ses différents services informatiques, logiciels, prestations et solutions pour aider, comprendre l'actualité de leur marché et agir efficacement dans leur cœur de métier.  
EMBALLAGES MAGAZINE - INDUSTRIE & TECHNOLOGIES - L'AGRIQUE DE L'ASSURANCE - BÉBÉUR

Depuis le 1<sup>er</sup> trimestre 2014 - Autorisation: 29-857-29302  
Imprimé par Roto France Imprimeries 77185 Lognon.  
C.S. 316 003-1577 - Numéro d'attribution à la Commission paritaire pour les publications non périodiques 0914 7 64308 N° 020: 0624-0632. Éditeur: Groupe Industrie Services Info, SASMI par actions simplifiées, capital de 38 629 352 euros.

Siège social: 10, place de Général-de-Gaulle, BP 20156, 92166 Antony Cedex Antony Cedex  
442 233 417. Site: 442 233 417 00041. TVA:

FR2944233417. Président

et Gérant: Christophe

Directeur de la publication:

Christophe Crépeau

0...NPC

10-21-1577