



Coronavirus: les ventes de surgelés ont explosé en mars

Les ventes de produits surgelés ont décollé depuis que la crise sanitaire fait rage en France, jusqu'à atteindre des hausses de plus de 80% la semaine du 16 mars. Comme le laissaient présager la hausse des ventes de congélateurs, parmi les produits qui font fureur ces dernières semaines en supermarché, les surgelés surfent sur le haut de la vague. Depuis le 24 février, les ventes de ce rayon ont progressé en moyenne de 38%, selon le panéliste Iri. Soit bien plus vite que les autres produits de grande consommation, qui ont eux crû de 18% sur la même période.

Dans le détail, la progression des ventes de surgelés se montrait de plus en plus impressionnante d'une semaine sur l'autre. La courbe a commencé à grimper la dernière semaine de février, alors que la France enregistrait son 100e cas de malade du coronavirus. Timidement au départ, avec des produits surgelés en progression de 9% cette première semaine, puis 14% la première des mars.

Puis l'emballement a atteint des proportions jamais vue, avec 55% de ventes en plus la semaine du 9 mars, et même 81% de plus celle du 16 mars, "quelques jours après l'annonce du confinement en France", contextualise Margot Levis, experte surgelé du cabinet **IRI**.

Se rendre moins souvent en magasin

Ces hausses ont été tirées pour l'essentiel non pas par les glaces -le rayon surgelé sucré n'a crû que de 1% depuis fin-février- mais par le salé. Ainsi la catégorie qui a le plus crû est celle des viandes (+136% la semaine du 16 mars), suivi des légumes surgelés. Et en troisième, en hausse modérée par rapport au deux premiers, arrivent les plats préparés surgelés (+68%).

Ces nuances montrent que "les Français continuent de cuisiner leurs repas, mais ils préfèrent des produits qui se gardent plus longtemps, pour se rendre moins souvent en magasin", souligne Margot Lewis.

Depuis la fin mars, la frénésie d'achat de viandes et légumes surgelés s'est largement calmée. "Les Français ont stockés, les congélateurs sont pleins, donc la croissance ralentit sur le surgelés salés, comme d'ailleurs sur les autres produits de grandes consommations, qui ont tous connu des ventes folles ces dernières semaines".

En tout cas ces ventes tombent à pic pour un marché du surgelé qui ne se portait pas très bien, encore en recul de 0,7% sur l'année 2019, rappelle la spécialiste d'**IRI**. "Avec la tendance du bien manger ces dernières années, les surgelés subissaient un fort report au profit du frais".

Nina Godart