



# Plus sains, les biscuits se font aussi plus gourmands

La catégorie des biscuits sucrés joue la carte de la simplicité et du raffinement. Sans pour autant renoncer à la gourmandise.

L'univers biscuiterie dévisse en actes d'achat (-2,2 % tous circuits, sur le dernier cumul annuel mobile) mais maintient le cap en chiffre d'affaires (+ 0,5 %). Un paradoxe à relier aux évolutions du marché en GMS. « Les biscuits profitent d'un effet d'offre positif en absolu, 20 références de plus en hypers, mais leur part d'assortiment au sein de l'épicerie sucrée tend à s'effriter au profit de l'univers petit déjeuner. Les performances mitigées en actes d'achat s'expliquent également par un levier promotionnel un peu moins activé sur la dernière année », indique Anne-Laure Almeida, directrice d'unité chez Iri. On observe aussi un recul en unité quasi transversal, notamment sur les catégories poids lourds, les cookies résistant mieux grâce à l'arrivée de nombreuses innovations.

## DES VENTES STABLES MALGRÉ TOUT

Ventes en valeur de la biscuiterie sucrée, avec les différentes catégories, et évolution en valeur et en volume sur un an  
Source : Iri, CAM au 27 août 2017, tous circuits

	Ventes valeur en M€	Évolution valeur vs A-1 en %	Évolution volume vs A-1 en %
Total biscuiterie sucrée	2 200	+0,5 ↗	-0,9 ↘
dont biscuits chocolat et fruits	696,2	+2,7 ↗	+0,9 ↗
dont goûters	417,8	-0,6 ↘	-1,4 ↘
dont biscuits pâtisseries	394	-1,1 ↘	-2,4 ↘
dont biscuits secs	353	+0,1 ↗	-2,8 ↘
dont cookies	194,4	+3,5 ↗	+2,6 ↗
dont biscuits petit déjeuner	144,6	-4,2 ↘	-2,4 ↘

À noter la bonne performance des cookies en valeur et en volume, suivis par les biscuits au chocolat et aux fruits. En revanche, ceux pour le petit déjeuner n'ont pas la cote.

le blé constitue la moitié d'un Prince goût chocolat, qui a changé sa recette en 2017 avec une nouvelle céréale complète. Une amélioration de la qualité qui s'accompagne d'une sophistication de l'offre. Tel S' Michel, qui a choisi des graines de sésame pour donner une touche craquante à ses sablés au goût framboise.

## Investir la pause café

Autre exemple, avec le lancement, cette année, d'Oreo Crispy & Thin, plus fin et plus léger que l'original, pour mieux investir la pause café. « 95 % des familles consomment des biscuits Mondelez, note Elisabeth Bloch, directrice marketing biscuit chez Mondelez. Nous avons besoin de relais de croissance ailleurs que dans notre cœur de business. Cela nous permet de recruter des cibles adultes sur d'autres moments de consommation, comme la pause café ou la touche sucrée du soir. Mikado arrive ainsi en décembre avec une gamme de biscuit cacao pour une cible plus adulte. » Même orientation chez Loc Maria avec Les Merveilleuses aux éclats de crêpe dentelle et pépites de chocolat. Produites à Lanvallay (22), elles sont le fruit de plusieurs années de R&D. Sorties en mai en GMS, Les Merveilleuses devraient peser 15 % du chiffre d'affaires du biscuitier d'ici à trois ans. Pas question pour autant de renoncer à la gourmandise. Au menu, de nouvelles textures et

La simplicité est de mise dans les biscuits, qui ont réduit leur liste d'ingrédients en éliminant les conservateurs, colorants et arômes artificiels, tout en réduisant le sel, le sucre et les graisses saturées. C'est le cas notamment pour le biscuit Prince, engagé dans une démarche nutritionnelle depuis 2007. Aujourd'hui,

### CRÊPE DENTELLE

Loc Maria dévoile ses Merveilleuses, des bouchées aux éclats de crêpe dentelle et pépites de chocolat (noir ou lait-caramel).



### À CROQUER

Delacoro propose deux nouveaux biscuits sablés gourmands : Coco intense et Choco intense.



### CACAOITÉ

Le célèbre Mikado se décline en version intense avec deux références, pointe de sel et caramel.



### EN FINESSE

Le biscuit iconique fait peau neuve. Le nouvel Oreo Crispy & Thin est plus fin, plus léger et plus croustillant.



### DOUCEUR DE FRUIT

Les sablés Bonne Maman ont le goût parfumé de la framboise et des graines de sésame, avec un système d'ouverture-fermeture pratique.

PHOTOS : IRI

des goûts originaux. À l'image des Crunchy nappés chocolat ou des Crousty Buns de S'Michel. Milka, lui, a sorti Tender Break, un sablé avec fourrage chocolat-noisette, rappelant Nutella B-Ready, qui s'est imposé au goûter en liant l'attrait de la nouveauté et la force emblématique de la marque. « *Le Tender Break est un succès, assure Élisabeth Bloch. Il a déjà 4 points de pénétration et a généré 4 millions d'euros de ventes en cinq mois.* » Il bénéficiera d'un soutien dans les médias comme les autres marques de Mondelez, dont les investissements média ont crû de 35 % au premier semestre. Chez Nutella, les ventes de B-Ready s'essouffent un peu. Le biscuit a entamé sa deuxième année d'existence avec une



Anne-Laure Almeida, directrice d'unité chez Iri

« Les biscuits profitent toujours d'un effet d'offre positif (20 références de plus en hypers) mais leur part d'assortiment au sein de l'épicerie sucrée tend à s'effriter, au profit de l'univers petit déjeuner. »

recette légèrement modifiée et de nouveaux formats. « *L'année 2017-2018 est clé pour Nutella B-Ready, prévient Stéphane Salomone, responsable trade marketing de Ferrero. Grâce à un échantillonnage massif de 1 million de produits et 1 500 jours d'animations en magasins, nous voulons recruter de nouveaux consommateurs. L'ambition est de forger un deuxième moment*

*de consommation au-delà du petit déjeuner: la pause du matin ou de l'après-midi.* »

L'aspect ludique reste, enfin, une composante des biscuits pour les plus jeunes. Pepito a ainsi revisité sa gamme de nappés ronds. Ses nouveaux Emochoco s'inspirent des émojis, avec 20 expressions rigolotes dessus. Un plan à 360° a vu une copie télé dévoilée dès septembre, une activation digitale sur Facebook et YouTube et une visibilité renforcée en magasins. Sans oublier la praticité. Bonne Maman présente ainsi ses deux nouvelles références de sablés framboise-sésame et de croustillants chocolat dans un petit format, doté d'un système d'ouverture et de fermeture pour une meilleure conservation. ■

**SYLVIE LAVABRE**

©NICOLAS VERRELLINO/IRI