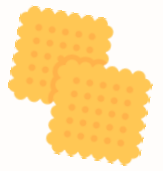




# IRI Insight : l'univers apéritifs en 2017



1

Un univers **qui pèse lourd** : **21,2 Mds €** en tous circuits dont 81 % en HMSM.

2

Et qui représente jusqu'à **¼ des ventes valeur** selon les circuits.

3

Relativement **dynamique en HMSM** avec une **croissance continue depuis 2012** et plus rapide que celle des PGC : **+13,2 % en valeur** en 5 ans vs **+5,5 %** pour les PGC.

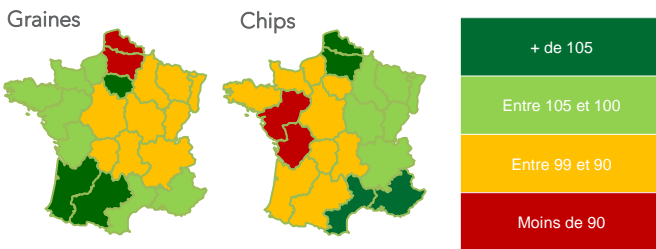
4

**La Proximité**, un circuit porteur pour l'apéritif : **26,2 % de part de marché valeur** sur le total PGC grâce aux performances des bières et produits salés apéritifs, mais aussi du **frais** (tartinales exotiques, fromages frais...).



5

Une consommation différente selon les régions : graines en région parisienne et chips dans l'Est.



Indices de performances des segments vs apéritif

6

La montée des PME en HMSM : **+6,7 % en valeur** vs **+2,4 %** au total apéritif soit **37 %** de contribution aux gains.

7

- Un contexte favorable à l'apéritif :
- **Déstructuration des repas** : **+10 %** de la fréquence d'achat en restauration et snacking\*.
  - **Expansion du grignotage** : **40 %** des Français font un *apéro* au moins 2 fois par semaine\*\*.



8

Un moment qui répond à 3 besoins : **convivialité, simplicité et créativité**. **79,4 %** des Français aiment cuisiner ou **être créatifs** quand ils organisent un apéritif.\*\*

9

- La recherche d'un **apéritif sain** via 3 pistes :
- **Le produit brut** (produits « sans » ou ingrédients simples).
  - **Les produits frais** (plus dynamiques que l'ambient).
  - **Le développement du Bio** : **+19,6 %** en valeur en HMSM.

10

- Une demande pour **des produits authentiques** et/ou « **made in France** » :
- **Des segments plus dynamiques que leur marché** (bières craft, chips traditionnelles).
  - **La mise en valeur en rayon** (cave à bières, packs...).
  - **L'engouement pour les saveurs méditerranéennes**.



## Pourquoi IRI ?

**Rapide** : Des réponses en quelques secondes et non pas en quelques jours ou semaines. Grâce à IRI Liquid Data et IRI Liquid Modelling, seul IRI peut offrir des temps de réponses en temps quasi-réel.

**Plus précis** : Parce que les erreurs peuvent avoir des conséquences importantes, les algorithmes et les méthodologies d'analyses prescriptives IRI identifient et quantifient les actions et les opportunités.

**Reconnue** : Une expertise unique de plus de 30 ans dans l'intégration et l'exploitation de la plus grande base intégrée des Produits de Grande Consommation.

**Fiable** : 95 % des entreprises les plus importantes du secteur des Produits de Grande Consommation, santé et beauté (classement Fortune 500), utilisent les données IRI.

**Certifié** : *Analytics Center of Excellence* – ACE : le plus grand centre d'analyse marketing en Europe, certifié ISO.

## POUR PLUS D'INFORMATIONS

Contactez Quitterie Miriel – [Quitterie.Miriel@IRIworldwide.com](mailto:Quitterie.Miriel@IRIworldwide.com)

**A propos d'IRI** : IRI, le leader mondial dans les domaines du big data, des analyses prédictives et des études prospectives, guide les entreprises du secteur des PGC, de la parapharmacie, les distributeurs et les médias, dans leur croissance. Disponible à la demande, la plus grande base de données intégrées, (panels, cartes de fidélité et médias), est supportée par une technologie exclusive hébergée dans le cloud. IRI accompagne plus de 5000 clients à travers le monde, dans leurs prises de décisions stratégiques, pour gagner en part de marché, répondre aux besoins des consommateurs et délivrer de la croissance.

[IRIworldwide.com](http://IRIworldwide.com)

4 Rue André Derain, 78244 Chambourcy Cedex , +33 (0)1 30 06 22 00