



LEADER INCONTESTÉ SUR LE MARCHÉ DES GLACES, UNILEVER CONTINUE D'INNOVER EN 2019

En 2018, le marché des glaces enregistre en GMS une croissance de 8,0% en valeur pour un chiffre d'affaires de 1 097 milliards d'euros (+81 M€)¹. Leader du marché des glaces, Unilever a une fois de plus réalisé de belles performances, avec des indicateurs très encourageants pour 2019. D'autant que cette année les marques de son portefeuille font le plein de nouveautés, en s'appuyant toujours sur les leviers qui alimentent la croissance du groupe et les nouvelles tendances des consommateurs.

Unilever Glaces progresse en GMS

Les bons résultats de la catégorie glaces sur l'année 2018 en GMS s'expliquent par le dynamisme de certains segments, notamment celui des bâtonnets gourmands classiques (34,8 M€, soit +20,5%), de la confiserie (176,6 M€, soit +20,1%), et des bâtonnets gourmands premium (212,1 M€, soit +9,4%)². Ces bons résultats sont également dynamisés par une année encore riche en innovations et par des températures favorables, au-dessus des normes de saison.

Dans ce contexte, Unilever a été le 1^{er} contributeur à la croissance avec une part de marché de 32,3% en valeur (+0,2 pt)³. Le groupe maintient donc aisément ses positions de leader sur la catégorie glaces grâce aux performances de l'ensemble de ses marques, et ce malgré l'arrivée de nouveaux intervenants compétitifs.

Le réseau RHF enregistre également une croissance de 3,3%⁴ de son chiffre d'affaires qui s'explique par la hausse du taux de fréquentation (+2%)⁵. Ceci se répercute positivement sur le marché des glaces en RHF qui connaît une croissance de 10%⁶.

Les moteurs de la croissance d'Unilever

Pour rester en tête du marché, Unilever a privilégié des produits ultragourmands, invitant les consommateurs à se faire plaisir.

- Chez **Magnum**[®], le parfum Praliné Noisette se hisse à la 4^e place des innovations bâtonnets les plus vendues en termes de valeur⁷. Quant au mini bâtonnet Praliné Noisette, il se hisse également à la 4^e place des innovations mini bâtonnet les plus vendues en termes de valeur⁸. De plus, concernant le segment des pots, Magnum a enregistré 8,5% de part de marché en 2018⁹.

¹ Nielsen, FULL YEAR 2018, ventes valeur total marché Ice Cream, HMSM/Proxi/Drive.

² Nielsen, FULL YEAR 2017 & 2018, ventes valeur BGC/BGP/CONFISERIE, HMSM/Proxi/Drive.

³ Nielsen, FULL YEAR 2017 & 2018, ventes valeur total marché Ice Cream, HMSM/Proxi/Drive.

⁴ Gira Food service 2018, chiffre d'affaire RHF et taux de fréquentation du même réseau.

⁵ Gira Food service 2018, chiffre d'affaire RHF et taux de fréquentation du même réseau.

⁶ Chiffre d'affaires FY2018 du réseau RHF glace.

⁷ Nielsen, FULL YEAR 2018, ventes valeur BGP Praliné HMSM Proxi Drive

⁶ Nielsen, FULL YEAR 2018, ventes valeur Mini BGP Praliné HMSM Proxi Drive

⁸ Nielsen, FULL YEAR 2018, PDM valeur Pots Classic, Almond, White, Praliné, Framboise HMSM

- Marque emblématique de renommée internationale, **KINDER** a donc lancé pour la première fois ses recettes les plus incontournables en versions glacées. Kinder Ice Cream est d'ailleurs le plus gros lancement PGC en France en 2018 et le 4^e lancement PGC en France depuis 2013⁹. Kinder a réalisé une première année exceptionnelle et est le premier contributeur à la croissance du marché de la glace (24%). L'année de son lancement, la marque a enregistré plus de 13% de part de marché sur le segment confiserie¹⁰.
- **Ben & Jerry's®** a lancé sa gamme de glaces Végan, à base d'amandes. Trois parfums iconiques sont ainsi venus régaler les gourmands : Chocolate Fudge Brownie non-dairy, Chunky Monkey non-dairy et Peanut Butter & Cookies non-dairy. Pas question de renoncer pour autant à la spécificité de la marque, à savoir les énoormes morceaux. En effet, des bouts de brownies (végan, bien sûr), de biscuits, de pépites au cacao ou de noix se sont glissés dans ces parfums, garantis végans et 100% généreux ! La bonne nouvelle ? Cette gamme a vache'ment bien fonctionné, et se trouve être le 1^{er} contributeur à la croissance du segment des pots, avec plus de 50% de contribution à la croissance en ventes valeur sur la saison¹³. De plus, ces innovations ont permis de recruter en majorité de nouveaux acheteurs, apportant ainsi de l'incrémental à la catégorie.

Les consommateurs étant de plus en plus attentifs à la composition et à l'origine des produits alimentaires, le groupe a également misé sur **des ingrédients soigneusement sélectionnés**.

- **Magnum®** propose ainsi un chocolat au cacao Rainforest Alliance™, tandis que 100% des glaces **Ben & Jerry's®** sont labellisées commerce équitable MAX HAVELAAR.
- Leader du marché des bacs, **Carte d'Or®** a lancé avec succès une gamme de 4 produits bio, qui s'est imposée comme la 3^e meilleure innovation de l'univers BIO alimentaire de l'année.¹¹ La promesse ? Des crèmes glacées résolument gourmandes avec une liste courte d'ingrédients et des matières premières BIO de premier choix, à l'origine certifiée. En outre, **Carte d'Or®** garantit que l'ingrédient phare de ses crèmes glacées, la crème fraîche, est issue de coopératives laitières françaises (Bretagne, Normandie, Pays de la Loire)¹² et que sa gamme « Les Sorbets » est élaborée à partir de fruits issus de l'agriculture durable.

⁹ Nielsen, 6 mois après le lancement de Kinder, ventes valeur HMSM

¹⁰ Nielsen, Full Year 2018, PDM valeur Confiserie HMSM Proxi Drive

¹¹ Nielsen Conjoncture innovation 2018, lancements bio food & boissons sans alcool hors marques 100% bio, chiffre d'affaires après les 6 premières périodes de lancement HMSM.

¹² Carte d'Or® travaille avec des coopératives laitières de taille moyenne, en respectant leurs rythmes de production et en limitant le transport. La crème fraîche entrant dans la composition de ses crèmes glacées est fabriquée au plus près des sites de production du lait. Elle est ensuite acheminée vers l'usine Carte d'Or® de Saint-Dizier.

¹³Nielsen, P4-P8 2018, contribution à la croissance en valeur, HMSM PROXI DRIVE.

Enfin, grâce à **des univers de marque fédérateurs**, Unilever a offert aux consommateurs la possibilité de vivre des expériences fortes.

- En 2018, **Carte d'Or®** a inauguré une vingtaine de points de vente autour du concept innovant et premium : Studio Glaciers Carte d'Or. La marque a lancé le club fidélité Maison Carte d'Or auprès de ses adhérents restaurateurs et s'est également offert une place de choix à Roland Garros où elle a réalisé des animations desserts. Carte d'Or inspire et s'inspire de l'univers de la pâtisserie française. En 2019, elle renouvelle son partenariat avec le chef pâtissier Yannick Tranchant. C'est également à travers ce partenariat qu'elle continue d'initier des restaurateurs à la création de desserts glacés haut de gamme.
- Pour la 6e année, la plage privée de **Magnum®** a créé la surprise sur la Croisette lors du Festival de Cannes. L'occasion de dévoiler un partenariat exclusif avec le designer Alexander Wang, ainsi qu'une égérie charismatique : Bella Hadid. De plus, pour la première fois Magnum a été le partenaire officiel du prestigieux tournoi de tennis international de Roland Garros.
- **Ben & Jerry's®** a également poursuivi ses actions de plaidoyer pour l'environnement en lançant avec l'association CliMates la campagne "Quand c'est Fondu, c'est Foutu" au festival Solidays et sur les réseaux sociaux. L'objectif ? Sensibiliser les fans de la marque à l'opportunité de réformer la Constitution française pour y inscrire les droits environnementaux au même titre que la démocratie ou la laïcité. Plus de 80 000 signatures ont été recueillies pour une Constitution écologique de juin à décembre 2018, dont 20 000 via les actions de Ben&Jerry's®.

2019 : une année pleine de promesses

Durant l'année à venir, pour ses glaces, Unilever se consacrera au développement des différents leviers de croissance de la catégorie. Le groupe apportera notamment des réponses aux attentes des consommateurs, tout en optimisant sa visibilité, et ce sur l'ensemble de son portefeuille.



Marque emblématique de renommée internationale, **KINDER** continue sur sa lancée pour proposer ses recettes les plus incontournables en versions glacées. L'expertise unique de Ferrero, associée à celle d'Unilever, lui permet de proposer des formats parmi les plus prisés pour un plaisir inégalé.

- En 2019, Kinder va donc accélérer sa croissance sur le marché de la glace notamment avec le lancement de **Kinder Bueno Ice Cream Bar notamment en RHF**. Le format iconique de la barre Kinder Bueno sera donc désormais disponible en version glacée. Ce nouveau parfum sera composé d'une crème glacée parfum noisette enrobée de chocolat au lait avec un cœur et un décor à la noisette.
- Un nouveau format emblématique va également venir compléter la gamme Kinder en **exclusivité en RHF : le Kinder Joy Ice Cream**. Conçu spécialement pour les enfants avec des portions adaptées, le Kinder Joy sera composé d'une glace au lait avec une sauce au chocolat au lait.



Magnum® prend la vie comme un jeu... Pour illustrer le travail réalisé en continu sur la plateforme White, Magnum® initiera en 2019 sa campagne « La Vie Comme Un Jeu ».

- Le nouveau parfum Chocolat Blanc & Cookies sera lancé dans divers formats : des bâtonnets mini et standard mais également en pot. Magnum vous ramènera donc en enfance avec ce tout nouveau parfum alliant la douceur du chocolat blanc et la gourmandise d'un biscuit craquant. Pour accompagner le lancement du Magnum Chocolat Blanc & Cookies, l'ensemble de la gamme white sera repensé avec un nouveau packaging moderne et graphique.
- Magnum lance également cette année un nouveau parfum Framboise disponible exclusivement en GMS en bâtonnet standard. Une onctueuse glace à la framboise avec une sauce à la framboise, enrobée de chocolat au lait craquant.
- Magnum agrandira également sa gamme de pots avec deux nouveaux parfums ultra gourmands : Double Caramel Salé et Double Chocolat Deluxe. Avec ces nouveaux parfums, Magnum repousse les limites du plaisir avec une onctueuse crème glacée, de la sauce gourmande et des éclats de chocolat, le tout enrobé d'un chocolat craquant.
- Enfin, Magnum sera enfin disponible en version 100% végétale avec le nouveau Magnum Végan qui sera lancé dans sa version Classic et Amande. Le plaisir Magnum sera désormais accessible à tous.

- Enfin, Magnum lance en exclusivité en RHF le nouveau Magnum Brownie. Un tout nouveau format snacking composé d'un biscuit brownie, une glace à la vanille avec de la sauce caramel, le tout enrobé de l'emblématique chocolat craquant Magnum.

En mai, Magnum sera de retour sur la Croisette lors du Festival de Cannes pour la 7^e fois et sera également fournisseur officiel du prestigieux tournoi de tennis international de Roland Garros pour la 2^e année consécutive.



Cette année, Ben & Jerry's® lance deux nouveaux parfums en pots 500 ml qui vont plaire à un maximum de fans ! Le premier est Half Baked, qui est LE parfum Ben & Jerry's® le plus vendu au monde ! Il mettra fin à tous les débats en réconciliant les fans de Cookie Dough et de Chocolate Fudge Brownie, car Half Baked est tout simplement la réunion de ces 2 parfums : une crème glacée vanille et chocolat, avec des morceaux de brownies et de pâte à cookies.

Le second est Caramel Brownie Party, car 2019 est l'année de la teuf ! Ce sera donc la fête tous les soirs avec ce parfum caramel, et ses morceaux généreux de brownies et de cookies. Cette nouveauté est tout aussi gourmande qu'engagée puisque, comme tous les produits Ben & Jerry's®, elle est certifiée commerce équitable par le label Max Havelaar.

C'est aussi l'année du minipot pour Ben & Jerry's®, qui arrive en fanfare avec une nouvelle offre : la COOL-LECTION ! 6 multi-packs réunissant les parfums favoris des fans de la marque débarquent en rayon, en 4x100ML pour les classiques et 3x100ML pour les premiums, tels que Topped Salted Caramel Brownie ou Chocolate Fudge Brownie Végan.

En 2019, Ben & Jerry's® continue de nous mettre à l'amande en développant sa gamme végane avec un nouveau parfum ultratendance sur de nombreuses catégories : la coco ! Coconutterly Caramel'd allie la douceur de la coco avec des spirales de sauce caramel et de pâte à cookies, et des inclusions au cacao. Développée pour nos amis Végans, mais aussi pour tous les autres !

Enfin, la RHF n'est pas en reste, puisqu'un parfum emblématique arrive en format mini ! Il s'agit de Vanilla Pecan Brittle, une dough'licieuse crème glacée vanille certifiée Max Havelaar, avec des morceaux de noix de pécan caramélisés. Par ailleurs, la fameuse gamme de pots Ben & Jerry's® au nappage fondant débarque en format mini ! 2 parfums vont vous régaler du début à la fin. Fondez pour l'association incontournable du caramel salé et du brownie avec Topped Salted Caramel Brownie ! Succombez au sucre caramélisé, aux morceaux de céréales et à l'enrobage rose de Topped Love is...



Carte d'Or, la marque iconique dans le cœur des Français depuis 40 ans, renoue avec ses ORigines :

Fabriquée en France depuis sa création en 1978, Carte d'Or dévoile en 2019 sur ces crèmes glacées un nouveau packaging qui arbore fièrement les couleurs du drapeau français. Et pour aller plus loin dans son engagement pour la filière laitière française, Carte d'Or lance avec ses partenaires des coopératives le programme « Agriculteurs de demain », qui vise à améliorer le bien-être des éleveurs et à les accompagner dans une démarche de développement durable, afin de proposer une alimentation sûre et saine pour tous. Pleinement engagés dans la concrétisation des Etats Généraux de l'Alimentation, Carte d'Or et ses partenaires lancent une démarche conjointe et volontariste pour recréer de la confiance à tous les niveaux : consommateurs, distributeurs, transformateurs et producteurs. Désireux de s'engager de manière pérenne, Carte d'Or consacra 1% de son chiffre d'affaires annuel à ce programme.

Enfin, la marque a concocté quelques innovations pour 2019 :

- En GMS : **deux rafraichissantes références de sorbets plein fruit BIO vont compléter la gamme bio lancée en 2018** : Mangue d'Inde et Citron de Sicile.
- Une nouveauté tendance et gourmande vient animer la gamme « Les Desserts » : **Saveur Cheesecake Caramel Salé**, irrésistible avec sa sauce au caramel et ses morceaux de biscuits.

En RHF :

- **Des bacs pour les restaurateurs** : Marron et Coco sauce Choco.
- **Des bacs architecturés pour les glaciers** : Sorbet Plein Fruit Melon et Crème glacée Mont Blanc.

Kinder

KINDER Bueno Ice Cream Bar:

EN RHF exclusivement : 45ml – 2€ - disponible dès avril 2019

KINDER Joy Ice Cream:

EN RHF exclusivement : 60ml – 2,90€ - disponible dès avril 2019

Magnum

MAGNUM CHOCOLAT BLANC & COOKIES

En GMS : 4 x 90 ml – 3,79 à 3,95 € – disponible dès avril 2019

En RHF : 90 ml – 2,50 € – disponible dès avril 2019

MAGNUM MINI CHOCOLAT BLANC & COOKIES

En GMS exclusivement : 6 x 55 ml – 3,99 à 4,09€ – disponible dès avril 2019

POT MAGNUM DOUBLE CARAMEL SALÉ

En GMS : 440ml – 4,90 à 5 € – disponible dès avril 2019

En RHF : 440ml – 6,50 à 6,95€ - disponible dès avril 2019

POT MAGNUM DOUBLE CHOCOLAT DELUXE

En GMS : 440ml – 4,90 à 5 € – disponible dès avril 2019

En RHF : 440ml – 6,50 à 6,95€ - disponible dès avril 2019

POT MAGNUM CHOCOLAT BLANC & COOKIES

En GMS : 440ml – 4,90 à 5 € – disponible dès avril 2019

En RHF : 440ml – 6,50 à 6,95€ - disponible dès avril 2019

MAGNUM VEGAN CLASSIC

En GMS : 4 x 90 ml – 4,19 à 4,29 € – disponible dès avril 2019

En RHF : 90 ml – 2,70€ – disponible dès avril 2019

MAGNUM VÉGAN AMANDE

En GMS : 4 x 90 ml – 4,19 à 4,29 € – disponible dès avril 2019

En RHF : 90 ml – 2,70€ – disponible dès avril 2019

MAGNUM BROWNIE

En RHF exclusivement : 75ml – 3€ - disponible dès avril 2019

MAGNUM FRAMBOISE

En GMS exclusivement : 4 x 100ml – 3,45€ à 3,55€ - disponible dès avril 2019

Ben & Jerry's®

GMS & RHF

Half Baked 500ml – disponible dès avril 2019 – PMC GMS : 5,55-5,75€

Caramel Brownie Party 500ml – disponible dès avril 2019 – PMC GMS : 5,55-5,75€

Coconutterly Caramel'd 500ml – disponible dès avril 2019 – PMC GMS : 6,29-6,39€

GMS

The Cookie & Brownie Cool-lection 4x100ml – disponible dès avril 2019 - PMC : 5,89-5,99€

The Fan-Favourites Cool-lection 4x100ml – disponible dès avril 2019 – PMC : 5,89-5,99€

The Vanilla Cool-lection 4x100ml – disponible dès avril 2019 - PMC : 5,89-5,99€

The Chunks Cool-lection 4x100ml – disponible dès avril 2019 - PMC : 5,89-5,99€

The Vegan Cool-lection 3x100ml – disponible dès avril 2019 - PMC : 5,89-5,99€

The Topped Cool-lection 3x100ml – disponible dès avril 2019 - PMC : 5,89-5,99€

RHF

Vanilla Pecan Brittle 100ml - disponible dès février 2019 – PMC 2,90€

Mini Topped Salted Caramel Brownie 100ml - disponible dès février 2019 - PMC 3,20€

Mini Topped Love is... 100ml - disponible dès février 2019 – PMC 3,20€

PMC : Prix Marketing Conseillé. Le distributeur reste libre de déterminer son prix de vente.

Carte d'Or®

Bacs « Les Bio » : Mangue d'Inde, Citron de Sicile,

En GMS exclusivement : 450 ml – 3,79 à 3,89 € – disponible dès avril 2019

Bacs « Les Sorbets »

En GMS exclusivement : 1 L – 3,39 à 3,49 € – disponible dès avril 2019*

Bacs « Façon Cheesecake Caramel »

En GMS exclusivement : 900 ml – 3,89 à 3,99 € – disponible dès avril 2019*

Bacs pour les restaurateurs

Crème Glacée Marron – 2,4L

Glace Coco sauce Choco – 2,8L

Bacs architecturés pour les glaciers – prix conseillés : 1,50 € pour

1 boule – 2,80 € pour 2 boules – 4 € pour 3 boules

Sorbet Plein Fruit Melon – 5,5L

* Estimation pouvant être amenée à évoluer selon l'écoulement des stocks

Relations médias UNILEVER GLACES

@FHCOM Tél. : 0155 34 24 24 visuels et cp sur www.fhcom.net

frederic.henry@fhcom.net