

JUS DE FRUITS : LE MARCHÉ POURSUIT SA MONTEE EN GAMME

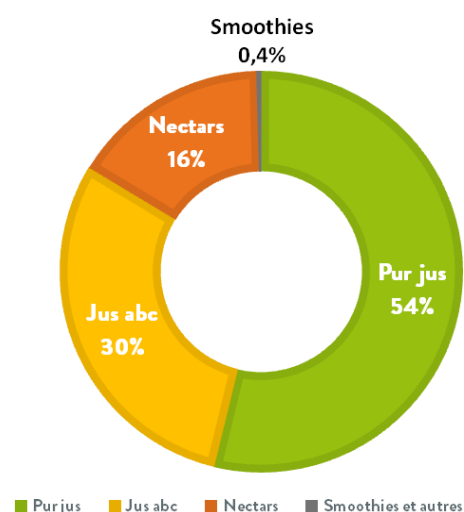
Malgré le contexte économique toujours difficile, les Français ont maintenu leur consommation de jus de fruits à un niveau élevé en 2015 : environ 22 litres par habitant, représentant un total de 1,5 milliard de litres vendus sur l'année, tous circuits confondus (-1,4% vs 2014).¹

Ils ont confirmé leur préférence pour les produits premium, en s'orientant davantage vers les purs jus, les jus de fruits bio et les réfrigérés.

Leur consommation de purs jus a ainsi augmenté de +1,8%. Cette catégorie continue donc de gagner du terrain et atteint désormais 54% de parts de marché en volume, vs 52% en 2014. Représentant plus d'1 jus de fruits vendu sur 2, les purs jus distancent les jus à base de concentré (30% ; -3,4% vs 2014) et les nectars (16% ; -7,8%).¹

Les jus de fruits bio progressent également dans le panier des Français. En 6 ans, leurs ventes ont augmenté de +64% en volume et leur part de marché volume a presque doublé pour atteindre 5,3% en 2015 en magasins.²

La progression des jus de fruits réfrigérés traduit aussi la préférence des Français pour les produits premium. Le réfrigéré est ainsi passé de 8,1% de parts de marché volume en 2010 à 11,7% en 2015 en grande distribution.³



Source : Volumes de vente 2015 – Nielsen et GIRA – périmètre GMS + HD + CHD + drive

Premières tendances 2016

D'après les premières tendances 2016, les consommateurs confirment leur préférence pour les jus de fruits premium. En grande distribution (GMS + HD), les ventes en volume des jus de fruits réfrigérés augmentent de +5% et les purs jus de +0,7% en cumul annuel mobile (17 avril 2015 – 17 avril 2016), par rapport à la même période de l'année précédente, sur un marché global des jus de fruits à -3%.⁴

¹ Source : Volumes de vente 2015 – Nielsen et GIRA – périmètre GMS + HD + CHD + drive

² Source : Volumes de vente 2009 et 2015 – Nielsen – périmètre GMS + HD

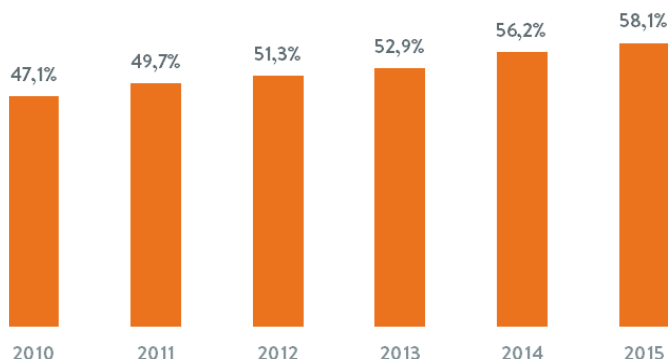
³ Source : Volumes de vente 2015 – Nielsen – périmètre GMS + HD + drive

⁴ Source : Volumes de ventes 17/04/15 au 17/04/16 Nielsen – périmètre GMS + Super à Dominante Marques Propres (SDMP – ex-HD)

Purs Jus : 6 ans de croissance continue en grande distribution

En 2015, les purs jus représentent 58,1% de parts de marché volume en grande distribution (GMS+HD). Les purs jus de fruits représentaient 47,1% de l'assortiment en 2010. En 6 ans, les purs jus ont ainsi gagné plus de 11 points de parts de marché volume en grande distribution.

Evolution de la part de marché des Purs Jus (GMS+HD)



Source : Volumes de vente – Nielsen – périmètre GMS + HD

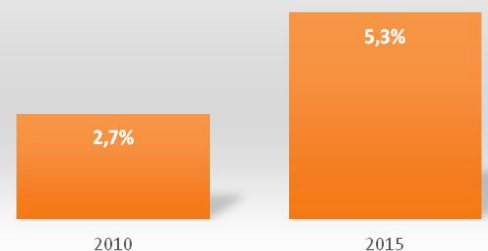
Jus de fruits bio : +64% de ventes en 6 ans

En 6 ans, la part de marché volume des jus de fruits biologiques est passée de 2,7% en 2010 à 5,3% en 2015 en grande distribution, pour une hausse des volumes vendus de +64%.

Les produits bio font en effet partie intégrante des habitudes de consommation des Français et chaque fabricant de jus de fruits propose désormais une gamme bio aux consommateurs.

Parmi les différentes catégories de jus de fruits proposées en bio, ce sont les ventes de nectars de fruits qui ont le plus progressé en volume en 2015 : +8,8% vs 2014. Les purs jus bio progressent pour leur part de +2,2%, tandis que les jus bio à base de concentré enregistrent un recul (-6,3%).

évolution de la part des jus de fruits et nectars bio du marché entre 2010 et 2015

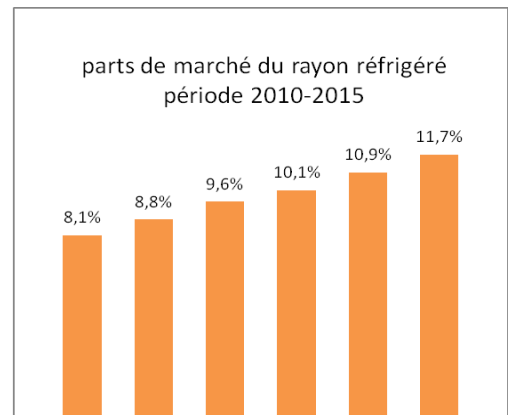


Source : Volumes de vente 2009 et 2015 – Nielsen – périmètre GMS + HD

Consommation renforcée des jus de fruits réfrigérés

Les jus de fruits vendus au rayon réfrigéré gagnent du terrain sur le rayon ambiant. Les ventes des jus de fruits réfrigérés ont augmenté de +5,6% en 2015 vs 2014 en volume, pour atteindre près de 12% de parts de marché volume. En 6 ans, le réfrigéré a gagné 3,6 points de parts de marché volume.

Entre 2014 et 2015, les jus de fruits du rayon ambiant ont enregistré un léger recul de -2,4%. Ils représentent désormais 88% des ventes vs 92% en 2010.



Source : Volumes de vente 2015 – Nielsen –
périmètre GMS + HD + drive

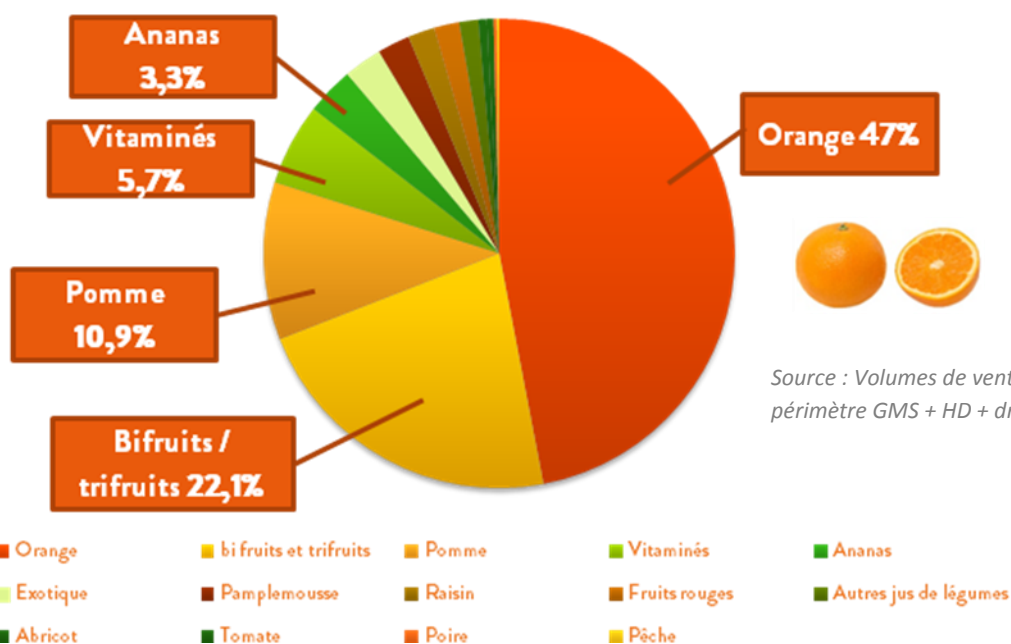
Le jus d'orange : jus de fruits préféré des Français

Le parfum de jus de fruits préféré des Français reste l'orange, qui représente en 2015 47% des ventes en magasins, comme en 2014.

Les multi-fruits (bi-fruits et tri-fruits / hors multivitaminés) arrivent en deuxième position, avec 22,1% de parts de marché en volume vs 20,3% en 2014.

En troisième position des ventes figure le jus de pomme, qui affiche une part de marché volume stable : 10,9% vs 10,5% en 2014.

En quatrième position, les jus de fruits vitaminés enregistrent un léger repli des ventes avec 5,7% des parts de marché en volume en 2015 vs 7,6% en 2014.



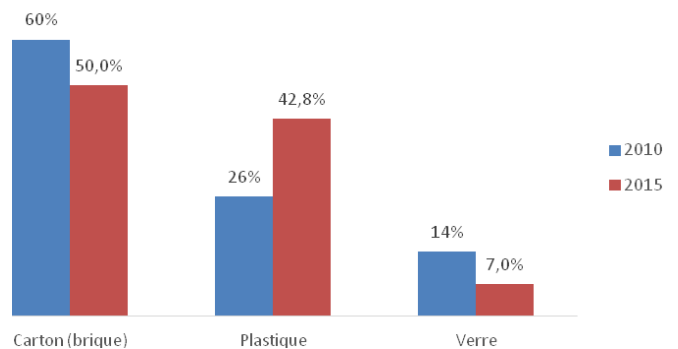
Emballages : le plastique gagne des parts de marché

En 2015, la moitié des jus de fruits vendus en France étaient conditionnés dans des briques de carton, alors que cette part s'élevait à 60% en 2010.

Au contraire, le plastique gagne quant à lui du terrain. Il représentait 42,8% des ventes en volume en 2015, contre 26% en 2010.

En dernière position, le verre, qui représentait 7% des ventes en volume en 2015 vs 14% en 2010, reste apprécié pour certains produits spécialisés comme les jus de fruits bio.

Parts de marché des principaux emballages de jus de fruits



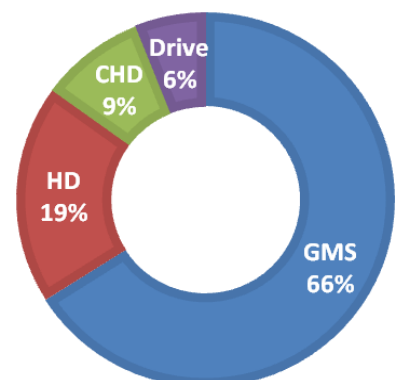
Source : Volumes de vente 2010-2015 – Nielsen – périmètre GMS + HD

Les jus de fruits décollent en drive

Les jus de fruits affichent de très belles performances en drive. Les ventes des jus de fruits dans ce circuit de distribution ont ainsi progressé de +30,6% en 2015 vs 2014. 6% des jus de fruits sont désormais vendus en drive, juste derrière la Restauration Hors Domicile, dont les ventes sont restées stables en 2015 (+0,4% vs 2014) et qui représentent 9% du marché.

La majorité des jus de fruits reste vendue en Grandes et Moyennes Surfaces, qui enregistrent les 2/3 des volumes achetés (-2% vs 2014), suivies à hauteur de 19% par le Hard Discount (-3,8% vs 2014).

■ GMS ■ HD ■ CHD ■ Drive



Source : Volumes de vente 2015 – Nielsen et GIRA – périmètre GMS + HD + CHD + drive



À propos d'UNIJUS

*Créé en 1936, UNIJUS, **Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits**, est l'organisme fédérateur de toute la filière des jus de fruits et nectars. Aujourd'hui, il est le syndicat professionnel représentatif de son secteur. Il regroupe 32 adhérents, qu'ils soient producteurs, courtiers ou conditionneurs, et représente plus de 85% des volumes de jus de fruits et nectars consommés en France. Dans le cadre de ses missions, UNIJUS conseille les entreprises pour mieux maîtriser leur environnement économique, juridique et social et met en place des programmes d'information collective en faveur des jus de fruits. Site internet : www.unijus.org*

ADOCOM – Service de Presse d'UNIJUS
vous remercie de votre attention
Tel : 01.48.05.19.00. – Courriel : adocom@adocom.fr

The logo for ADOCOM-RP features the text "ADOCOM" in a bold, black, sans-serif font, followed by "-RP" in a smaller, regular weight of the same font. A small red graphic element, resembling a stylized flame or a drop, is positioned above the "O" in "ADOCOM".

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION
11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax. : 01.43.55.35.08
e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr
Qualification : Agence Certifiée OPQCM