

ÉTUDE

Le snacking régale la GMS



L'apéritif est le moment numéro un en termes de snacking pour la GMS.

C'est une croissance belle et soutenue qu'affichent les ventes de produits de snacking en grande distribution. Selon l'étude publiée en février par *Les Échos Études* sur le marché du snacking, le segment pèse 9,4 Md€ et affiche une progression de 4,6 %. Parmi les raisons de cette bonne santé figurent les innovations qui tirent les ventes, l'offre des linéaires se renouvelant, en effet, régulièrement afin de satisfaire l'appétit de nouveautés des clients.

Autres explications de ce dynamisme pointées par l'étude : l'extension de la part linéaires consacrée au snacking en GMS mais aussi le déploiement et le renouvellement des formats urbains de proximité qui misent sur des solutions repas express à l'image des concepts Mandarine et Darwin de Franprix. Les trois produits emblématiques de la pause déjeuner que sont le sandwich, la salade et la box s'affirment comme les locomotives du rayon traiteur en libre-service. Pour ce qui est du mode de conservation,

les snacks ambiants représentent 54 % du marché snacking en GMS, contre 38 % pour le frais et 8 % pour le surgelé.

L'apéritif a la cote

Les produits froids dominent largement et représentent plus de 90 % du marché. Match plus serré entre snacks sucrés et salés, ces derniers l'emportent cependant avec une majorité de 59 %. L'étude se penche également sur les moments de consommation pour ce segment en GMS. L'apéritif s'avère le 1^{er} moment pour la dégustation des produits de snacking avec une part de 34 % suivi par la solution repas à 20 %. Les consommateurs privilégient les snacks des rayons traiteurs salés à 33 % et fromagers à 25 %, les snacks traiteurs sucrés, volaillers, charcuterie, fruits et légumes, ultra-frais et traiteur de la mer se partageant les 42 % restants. ●

BOULANGERIE

Defibun, la compétition qui tourne rond

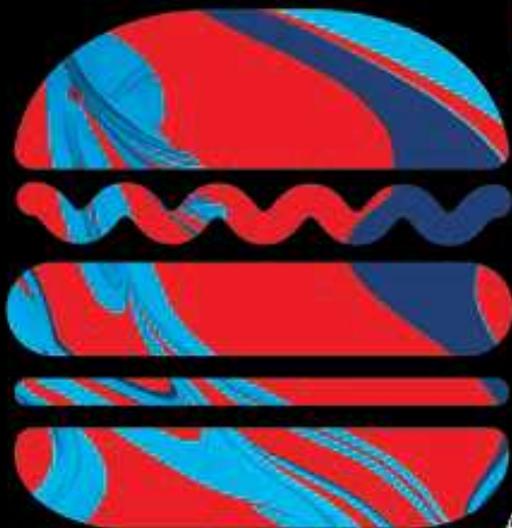
104 élèves et 24 équipes issues de 11 établissements (lycées professionnels et CFA) vont s'affronter par buns interposés. La 16^e édition du concours Defibun est lancée. Organisé par Bimbo QSR, principal fournisseur de buns de McDonald's France, l'événement s'adresse aux apprentis boulangers. L'objectif étant de les encourager à travailler ce petit pain rond en versions sucrées ou salées. Les créations des participants seront évaluées par un jury

d'artisans, de professionnels de la boulangerie et de journalistes qui se réunira courant juin. Parmi les cinq critères de notation : le goût, la texture en bouche, l'originalité, l'aspect du produit et la présentation de la recette sous une forme originale et libre. Les établissements désignés Buns d'or, d'argent et de bronze 2019 remporteront des dotations en taxe d'apprentissage allant de 1500 € à 3 500 € ainsi que des bons d'achat pour les élèves. ●



C'est l'équipe de l'INBP de Rouen qui a remporté la précédente édition avec son bun sarrasin, betterave, oignons.

FAITES DIFFÉREMENT ET SOYEZ DIFFÉRENT !



#BeDifferent

LE RENDEZ-VOUS BIEN-ÊTRE
ET ÉCO-RESPONSABLE



TWO SOUL BURGER

- 50 % DE BŒUF ET 50 % DE CHAMPIGNONS
- INGRÉDIENTS EXCLUSIVEMENT NATURELS
- CONSCIENT, PRÉSERVANT LES RESSOURCES, DURABLE
- 100 €



☎ 000000 7256666 • SALOMON-FOODWORLD.COM