

JUS DE FRUITS :

Porté par l'innovation, le marché amorce une reprise globale qui annonce une tendance positive pour 2017

Paris, le 12 juin 2017 – En dépit d'une situation économique complexe, le secteur maintient sa dynamique avec un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros environ en 2016. La diversification de l'offre produits ainsi que la montée en gamme du marché sont en évolution constante depuis 6 ans, consacrant ainsi le travail entrepris ces dernières années par les industriels. Ce dynamisme démontre la volonté de la filière de répondre à l'aspiration des consommateurs pour la nouveauté et la qualité au sein de laquelle les jus de fruits ont toute leur place à la table des Français.

Les premières tendances 2017

Sur tous les circuits de distribution (GMS + SDMP+PROXI + DRIVE), les volumes en vente des pur jus augmentent de +0,5% (cumul annuel mobile au 23 avril 2017) et les réfrigérés connaissent un boom avec une croissance de +7,6% (CAM au 23 avril 2017), soit plus de 2 points par rapport aux chiffres de l'an dernier. Les premiers mois de l'année montrent une reprise des ventes sur le marché global des jus de fruits avec une augmentation de +0,3% en cumul annuel à date. Cette tendance, si elle se confirme, se traduira par une croissance du marché.

Consommation des Français : les jus de fruits et nectars sont des valeurs sûres

Malgré une tendance globale à la baisse (-3,7% en volume par rapport à l'an passé)¹, les jus de fruits et nectars restent une valeur sûre de consommation puisque 94,5% des foyers en achètent². Avec 22 litres par habitant par an, on compte près de 1,5 milliard de litres vendus en 2016. La quasi-totalité des Français achètent des jus de fruits, 17 fois par an en moyenne³.



¹ Source : Volumes de vente 2016 – Nielsen et UNIJUS – périmètre GMS (Grande et Moyenne Surface) + SDMP (Supermarchés à Dominante Marque Propre) + CHD (Consommation Hors Domicile) + Drive

² Source : Kantar - jus de fruits (frais + ambiant) achetés au moins une fois par an

³ Source : IRI full channel, CAM P3 2017, bouteilles de 1L

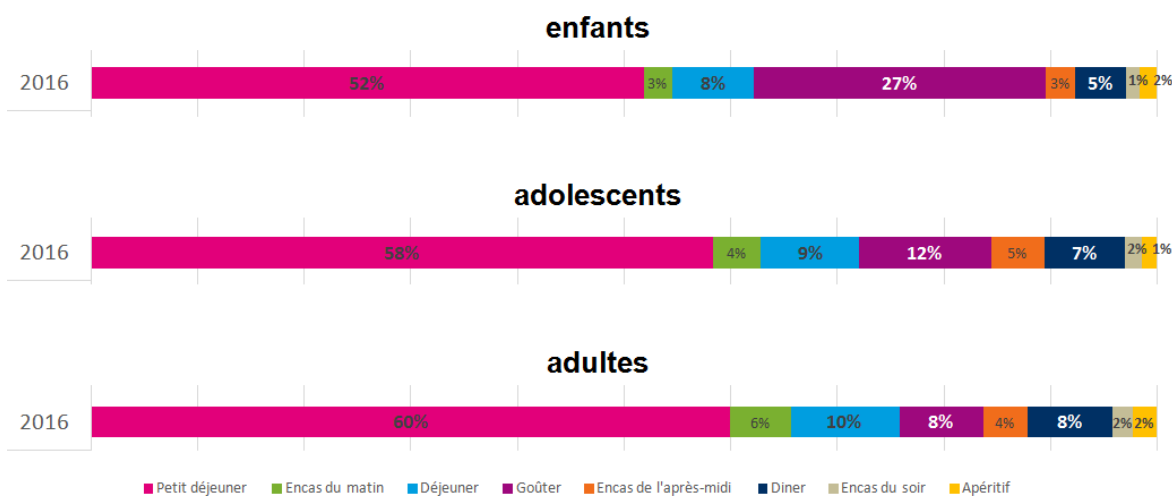
La consommation de jus de fruits s'ancre au petit-déjeuner selon les premières données CREDOC 2016

Le petit-déjeuner reste l'occasion phare de consommer les jus de fruits et nectars : plus de la moitié des jus et nectars y sont consommés (52% chez les enfants, 58% chez les adolescents ; 60% chez les adultes).

Répartition des consommations de jus-nectars selon les occasions en 2016 (%mL/j)

Base : 1164 enfants, 318 adolescents, 1607 adultes

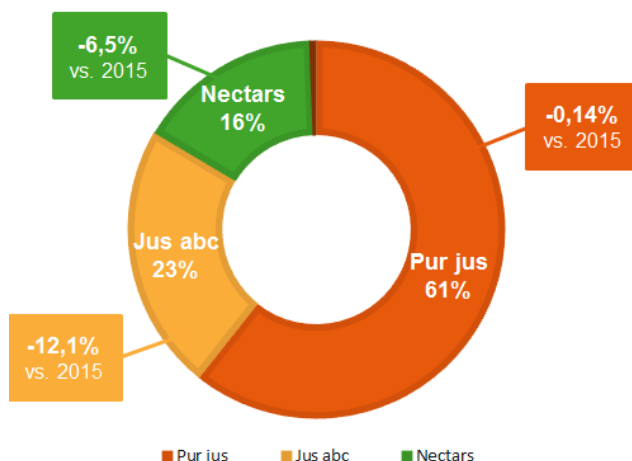
Source : CRÉDOC, Enquête CCAF 2016



Le renouvellement de l'offre de jus de fruits avec les purs jus : un vif succès

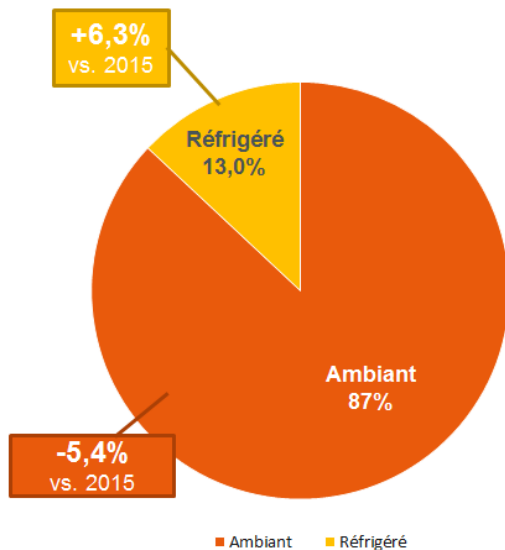
Le marché reflète les attentes des consommateurs qui sont en quête permanente de nouveaux produits et de nouvelles saveurs. Ainsi le segment de marché des purs jus témoigne d'une offre dynamique qui ne cesse d'évoluer et fidéliser les consommateurs.

Avec 61% des parts de marché, le **pur jus domine nettement**. Il a gagné 14 points de parts de marché volume en 6 ans, soit +9% en volume en 6 ans.



Répartition des ventes volumes de jus de fruits par catégorie, et évolution par rapport à 2015

Source : Volumes de vente CAM à P1316 – Nielsen – périmètre GMS + SDMP + drive,



Part de marché des rayons réfrigérés et ambiants en 2016

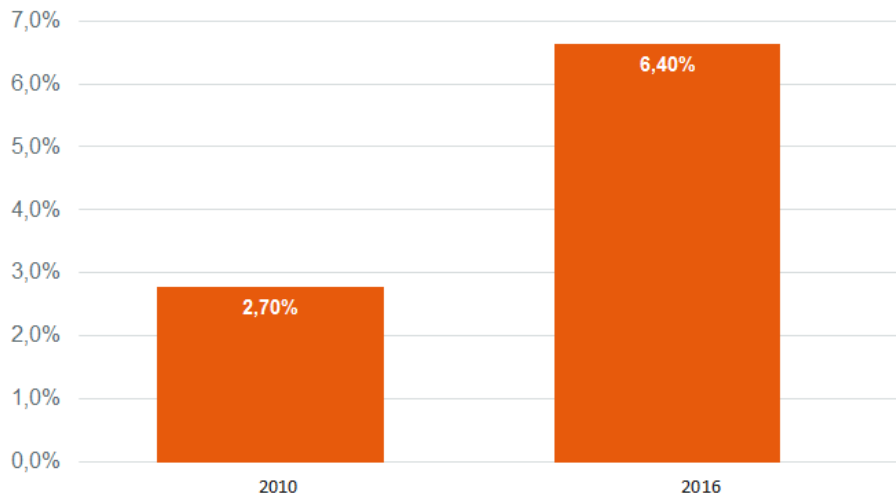
Source : Volumes de vente CAM à 1316 – Nielsen – périmètre GMS + SDMP + DRIVE.

Cette **croissance du premium** se note également dans le volume des ventes du **rayon réfrigéré** qui a gagné 5 points de parts de marché volume depuis 2010. L’ambiant, qui représente la part de marché la plus importante, résiste bien tout en perdant plus d’un point en un an.

Le segment bio gagne près de 4 points de parts de marché en 6 ans !

Ce segment particulièrement dynamique continue d’innover en proposant régulièrement de nouvelles références. La profession confirme qu’elle a su capter les attentes des consommateurs et désormais, une majorité de fabricants propose une ou plusieurs références bio. Les consommateurs sont au rendez-vous et tout permet de penser que ce qui était encore une tendance forte du marché devient une habitude de consommation de plus en plus ancrée.

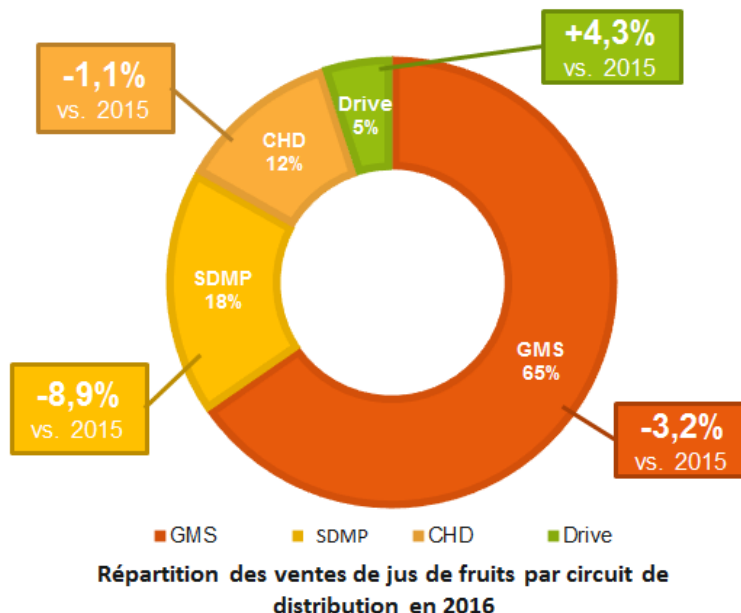
Evolution de la part de marché volume des jus de fruits et nectars bio entre 2010 et 2016



Source : Volumes de vente 2010 et 2016 – Nielsen – périmètre GMS + SDMP + drive

Le circuit de la grande distribution évolue sous l'impulsion du drive, une pratique d'achat qui s'installe dans les foyers français

Les achats de jus de fruits n'échappent pas aux nouvelles pratiques et la répartition des ventes de jus de fruits par circuit de distribution reflète les changements de mode de consommation et d'achat des Français déjà constatés en 2015. Ainsi, même si les volumes de vente restent toujours bien supérieurs via les grandes et moyennes surfaces, les chiffres tendent à évoluer cette année sous l'impulsion du drive, un circuit particulièrement dynamique en 2016 (+4,3% par rapport à 2015).



Source : Volumes de vente 2016 – Nielsen et UNIJUS – périmètre GMS + SDMP + drive + CHD



Emmanuel Vasseneix, Président d'Unijus.

« Avec la reprise, c'est le travail de toute notre filière qui est récompensé. Je note d'ailleurs que les consommateurs ne s'y trompent pas et sont au rendez-vous ! Face aux exigences accrues des consommateurs, les industriels apportent une réponse qui privilégie le plaisir et le goût, avec des produits qui puisent leur origine dans le fruit. Les jus de fruits sont des produits naturels peu onéreux et pratiques à consommer. »

À propos d'UNIJUS : Créée en 1936, UNIJUS, Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits, est l'organisme fédérateur de toute la filière des jus de fruits et nectars.

Plus d'information : www.unijus.org

CONTACTS PRESSE

Agence FleishmanHillard

Laurence Simon – Tel : 06 18 67 04 08 – Email : Laurence.simon@fleishmaneuropa.com

UNIJUS

Carole Prisset - Tel : 01 47 42 82 80 - Email : cprisset@unijus.org