

Les céréales s'activent pour fidéliser leurs recrues

La catégorie bataillée des céréales a profité de la crise pour recruter des consommateurs. Les marques espèrent surfer sur cette bonne tendance avec des produits reformulés.

Le marché des céréales a bénéficié de la crise sanitaire, à travers les achats de stockage réalisés au début du confinement. Il affiche une hausse en valeur de 28 % sur le mois de mars, selon Iri. Acteur majeur, Kellogg's a crû de 40 %. « Nous avons aussi gagné 3,8 points sur notre part de marché, qui s'établit à 41,7 % sur la période, indique Nicolas Borri, responsable marketing France de Kellogg Company. Le redressement était déjà perceptible avant la crise, drivé par les marques enfants, avec + 2 % en valeur à fin février ». Parmi les marques qui ont le mieux fonctionné arrivent en tête Trésor, avec + 61,5 %, et Miel Pops. Côté adultes, Extra a bondi de 20 % sur la P4. « Le plan d'innovation a été maintenu, avec le lancement en mai-juin d'une gamme bio Extra de trois références, une offre protéines Special K et un nouveau goût pour Trésor », ajoute-t-il. Sans oublier Coco Pops au chocolat blanc, déployé actuellement, et une nouvelle offre en vrac.

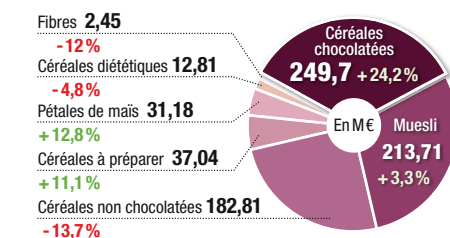
« En revanche, le timing a été revu de quelques mois pour les activations, le temps de la montée en distribution. Il y a eu une première mise en avant en télévision de Miel Pops, Special K, Trésor et Extra dès janvier, avec un plan dédié à chaque marque sur le digital. Les animations autour du football ont été annulées après le report de l'Euro 2020, et les budgets basculés sur les canaux e-commerce, où la catégorie s'est envolée en avril de 75,5 %, quand Kellogg's a crû de 92 % », précise Nicolas Borri. En parallèle, la marque travaille sur la reformulation de ses recettes et un sourcing plus local avec du riz de Camargue pour Coco Pops. Elle a annoncé en janvier la mise en place progressive du Nutri-score sur l'ensemble de ses emballages. En commençant par les céréales bio Verival en mai-juin, puis Special K en fin d'année. « La démarche s'inscrit dans la continuité des engagements que nous avons pris sur le plan nutritionnel et qui se sont traduits par des réductions significatives sur les teneurs en sucre, en sel, et une augmentation des fibres ou des céréales complètes », indiquait alors Éric Le Cerf, PDG de Kellogg's France.

+ 4,7 %
L'évolution du chiffre d'affaires des céréales, à 729,7 M€

+ 2,5 %
L'évolution en volume
Source : Iri, CAM au 26 avril 2020, tous circuits

LES CÉRÉALES AU CHOCOLAT PLÉBISCITÉES

Chiffre d'affaires des différentes catégories des céréales, en M€, et évolution vs A-1, en %
Source : Iri, CAM au 26 avril 2020, tous circuits



Chez Nestlé, Chocapic bio sera le premier pack porteur du Nutri-score, avec les nouvelles céréales NAT. « Celles-ci ont été créées pour satisfaire les enfants en termes de goût et rassurer les parents sur le profil nutritionnel », explique Nora Torkhani, directrice marketing. L'entreprise a sollicité plus de 500 parents et 200 enfants. « Un processus inédit pour Nestlé, souligne-t-elle. Une équipe dédiée a été mise en place pour cocréer ce produit. Plus de 80 prototypes ont vu le jour afin de trouver la recette idéale. » Après une première découverte du 6 au 8 mars dans le Marais, à Paris, via un pop-up store de 100 m², des animations seront activées dans les magasins avec des campagnes de dégustation. Et NAT sera soutenu en télé avec plusieurs vagues sur l'année. Cheerios et Fitness arboreront aussi le Nutri-score avant fin 2020.

Le meilleur équilibre entre plaisir et santé

Le logo a aussi été déployé depuis mai sur la gamme de Bjorg (groupe Wessanen) pour les enfants. Les P'tits Curieux comprend trois références pour le petit déjeuner : des pétales de maïs, des mueslis croustillants et des grains de blé soufflés au miel, conditionnées en sachet. « Cette gamme gourmande mais saine cible les 5 à 10 ans, assure Adeline Muller, responsable marketing chez Bjorg. Elle a été conçue pour offrir le meilleur équilibre entre plaisir et santé, avec des céréales complètes, une teneur



COCRÉATION
Pour créer ses céréales NAT, Nestlé a sollicité plus de 500 parents et 200 enfants.



BIO
Bjorg présente de nouvelles céréales au miel, sous sa marque Les P'tits Curieux, à destination des 5-10 ans, avec moins de sucre.



FRANÇAIS
Charles Vignon, griffe française de mueslis premium, lance des granolas bio « comme à la maison », avec des céréales enrobées de sirop d'érable.



TROIS RECETTES
Kellogg's Extra propose trois nouvelles recettes bio : chocolat noir, nature et fruits d'été, sans colorants ni arômes artificiels et sans huile de palme.



NOUVELLE MARQUE
E. Leclerc lance Grainéa, une Marque Repère pour adultes comprenant mueslis, granolas, barres de céréales, flocons d'avoine, pétales de céréales et corn-flakes.



SANS PALME
Ethiquable met sur le marché un muesli croustillant bio miel-amande-figue-datte, sans huile de palme.



réduite en sucre et des matières grasses de bonne qualité. » Pour les adultes, Charles Vignon lance ce mois-ci des granolas bio, avec des céréales enrobées au sirop d'érable et dorées au four. Trois références (noisettes caramélisées et graines, chocolat noir intense et amandes effilées, et fruits exotiques), élaborées à partir de céréales complètes et sans huile de palme, sont proposées en sachet refermable. De son côté, Hoop a conçu des mueslis croustillants goûts chocolat et fruits rouges à la spiruline, un

superaliment issu d'une micro-algue riche en fer, fibres, potassium, protéines, antioxydants et magnésium. Fabriqués en France, ils sont bio, sans huile de palme, sans additifs ni arômes artificiels. « Dans certains magasins, les rotations de nos mueslis sont meilleures que celles des marques nationales », se réjouit Christophe Sovran, cofondateur avec Alexis Lesly-Veillard de la start-up toulousaine, qui espère séduire des Français de plus en plus sensibles à l'argument santé. ■

SYLVIE LAVABRE



Découvrez nos nouveautés de la rentrée aux noisettes du Lot et Garonne !

Une nouvelle recette gourmande de céréales à la coque chocolat et fourrées à la pâte à tartiner au CHOCOLAT BLANC.

Nos incontournables Croc' Choc et Croc' Tout Choc, fourrés à la pâte à tartiner en FORMAT FAMILIAL 600g.



Lucien Georgelin
47 route de La Prairie de Londres 47200 Virazeil
Tel : 05 53 20 15 20
Suivez nous sur [f @Lucien.Georgelin.Officiel](https://www.facebook.com/Lucien.Georgelin.Officiel)
www.lucien.georgelin.fr



Retrouvez également nos autres recettes de céréales
Savoir de l'Année 2020

