



Etude de marché

Artisans glaciers vendant des glaces alcoolisées à Paris



Serait-il pertinent d'ouvrir à **Paris** un **glacier spécialisé**
dans les glaces alcoolisées ?

KEY FACTS



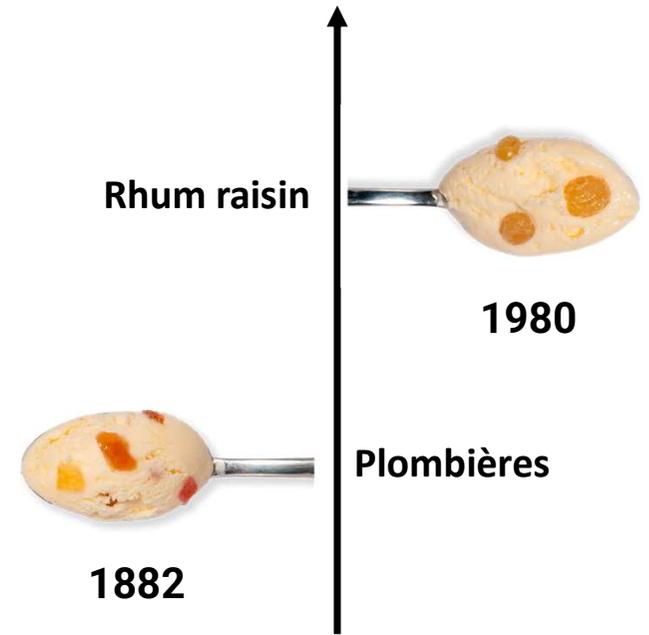
1

Une consommation de spiritueux et de cocktails accrue



2

Une consommation de glace élevée



3

Des parfums de glaces alcoolisées qui n'évoluent pas et qui semblent figés dans le temps

Les Glaces :



- Le dessert préféré des français
- Un marché dominé par les grands groupes
- Une production élevée
- Un marché innovant
- Un marché qui reste **saisonnier**

Les Cocktails :



- Un marché qui se **démocratise**
- Développement du **click and collect**
- Développement du « **ready to drink** »
- Développement des **soft drinks**

Les glaces alcoolisées



+





Mercer's

PRO%OF
ALCOHOL ICE CREAM



2017 – 5 %

Juin 2007 – 5 %

2014 – 5 %

2017 – 0,5 %



Gagnant au
2021 PR%F
Awards



Avril 2021 – 5 %



2016 – 5 %



2021 - 8%



2020
8 ABV



Juin 2021
5 % ABV



8 % ABV



2021
7% ABV





2014
6.25%

2016
0,8 to 1,2%

2016
8.4%

Hiver 2021



4,5 %



0,6 à 3,1 %



5 %



Ice Dreams

2014 - Radiée en 2019



Maison Crespi

Créée le 04/03/2015

Radiée le 28/02/2022



Taux alcool : 8 à 10 %



2016
4,5 %
Distribution : e-shop, Monoprix, festivals



2021
5%
Distribution : commandes, cavistes



Glaces non alcoolisées s'inspirant de recettes de cocktails



Été 2021 – Edition limitée
Sorbets façon Mojito et Pina Colada



Été 2022
Sorbet façon Caipirinha : sorbet à base de citron vert et de cachaça

PESTEL



Political



Economic



Social



Technological



Environmental



Legal

- Gouvernement stable
- Subventions pour les entreprises

- Croissance du PIB : 2,3 % en 2022
- Inflation
- Diminution du pouvoir d'achat

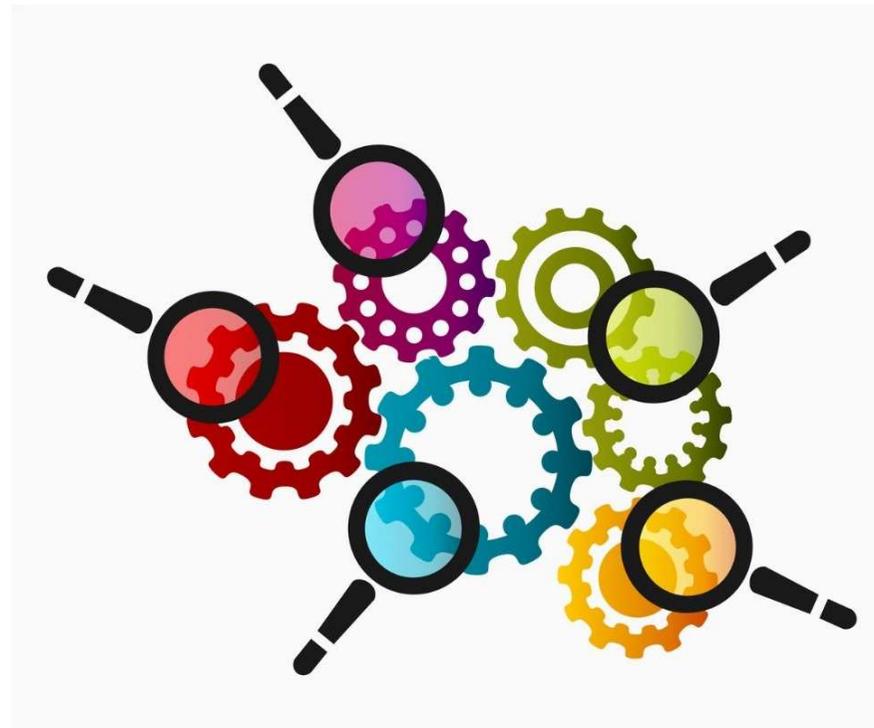
- Paris est ville dynamique et créative
- Parisiens exigeants sur la qualité et le respect des normes environnementales

Incorporer la glace à l'alcool

Mesures liées au recyclage et au traitement des déchets

- Lois encadrant :
- La consommation d'alcool
 - Sa distribution
 - Sa publicité

Benchmark



Paris :



Glazed

54 R. des Martyrs, 75009 Paris



Le bac à glaces

109 Rue du Bac, 75007 Paris



La tropicale glacier

7 R. de Prague, 75012 Paris

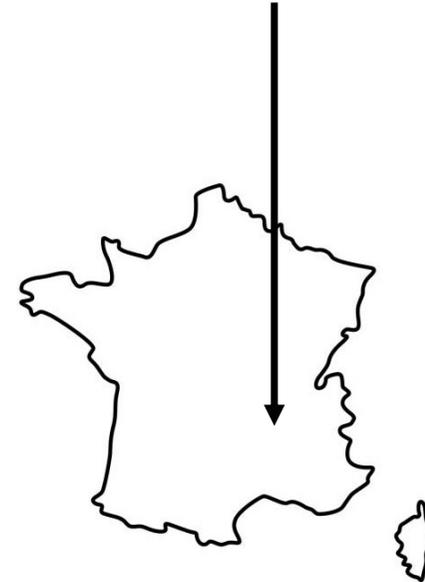
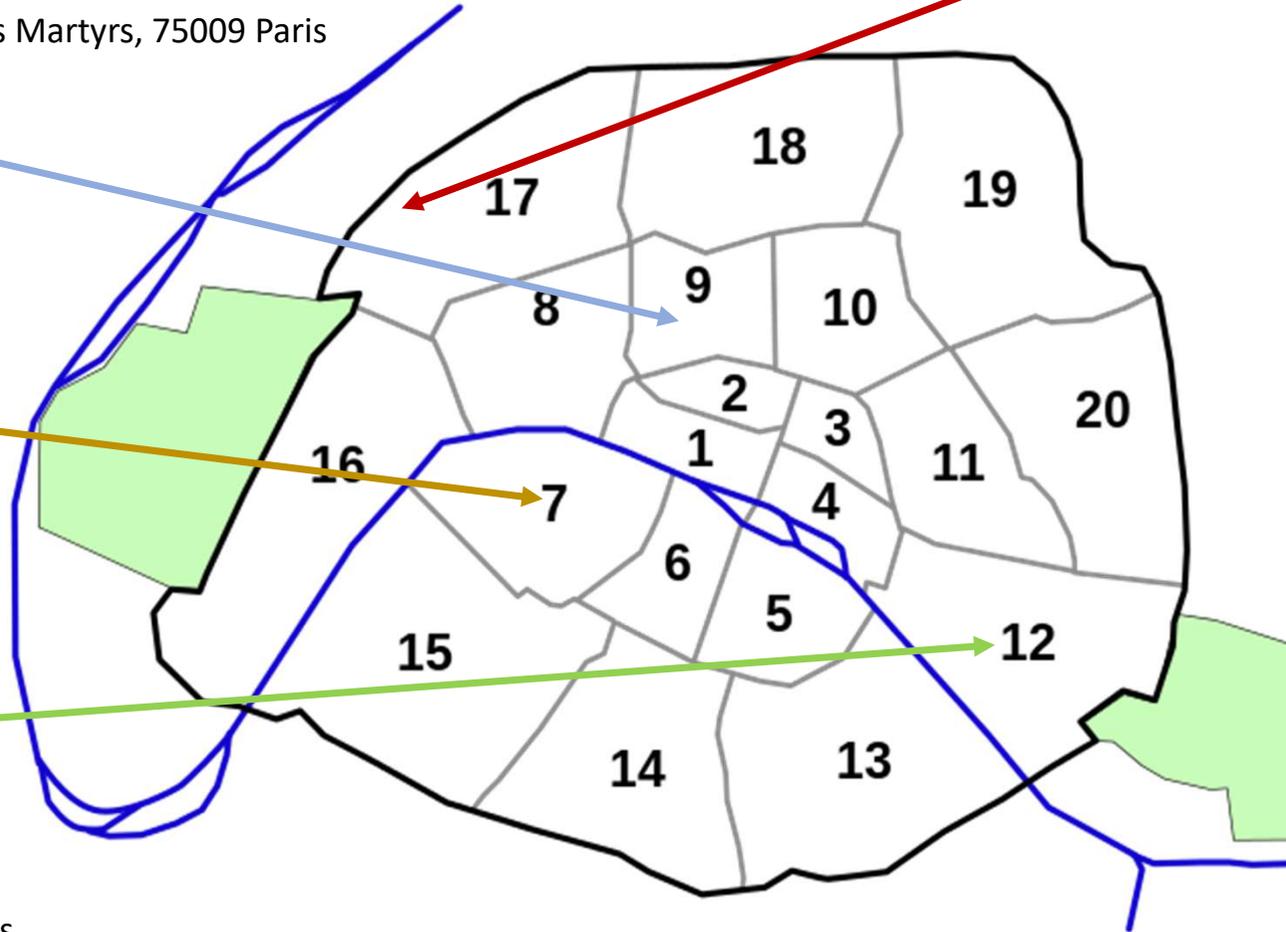
Maison Fabien Foenix

6 Rue Descombès, 75017 Paris



La manufacture des belles glaces

Salaise-sur-Sanne





Glazed:

« *Walk on the wilde side* » !»



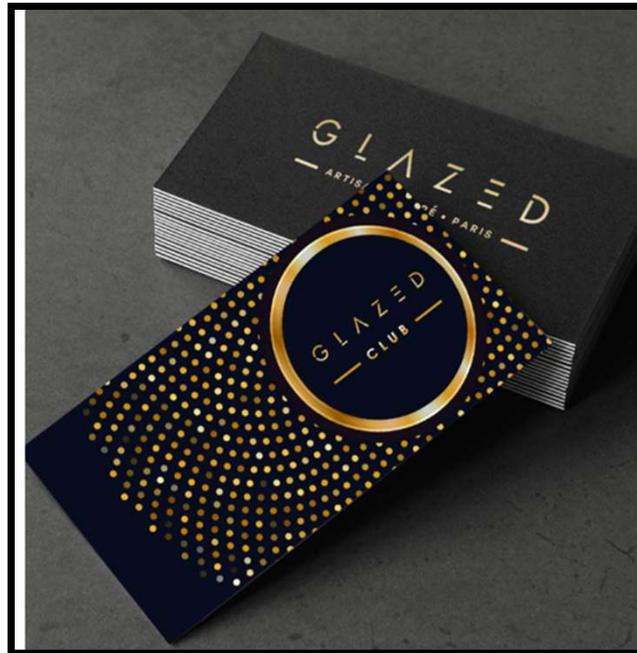
- Sorbet, glaces, soft ices, gaufres, milkshakes
- Saisonnalité
- Deux boutiques, vente en ligne, **club adhérent**
- Dynamisme créatif, inventivité, **originalité**, audace
- Nombreuses Références à la **pop culture**



Glaces alcoolisées : 4 %

1. **Glace à la bière**: “highway to ale”
2. **Mojito de Tokyo** : sorbet Rhum, menthe, citron
3. **Pears Drop** : Sorbet poires bio et liqueur de Sureau
4. **Glace Mûre sauvage** : Côtes-du-Roussillon
5. **Glace Marrons** : Crème de marron, liqueur de Châtaigne
6. **Basilic Instinct** : Basilic et Vodka







Le bac à glaces

2017



- Tradition: maison fondée en **1955**
- Glaces et sorbet à **l'ancienne**
- Ingrédients naturels
- Glaces, sorbets, milkshakes
- Salon de thé (gaufres, crêpes, boisson chaudes)

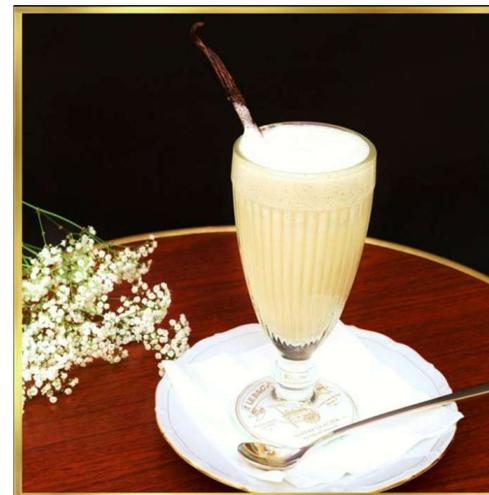




Glaces alcoolisées : 4 parfums sur 70

4 %

1. **Rhum** raisin
2. Sorbet poire et son **eau de vie** poire
3. Sorbet Mirabelle et son **eau de vie** mirabelle
4. Sorbet chocolat et écorce d'orange amères marinées au **Grand Marnier**





La tropicale Glacier

1976

« *Gastronomie* »



- Un des premiers glaciers parisiens à proposer une **gamme exotique**
- Mise en valeur des producteurs, circuits courts et locaux
- Matières premières soigneusement sélectionnées
- **Saisonnalité** (glaces à thème des saisons)
- privilégier **les filières équitables** rémunération juste
- Consommation sur place, à emporter, livraison, événements (Paris plage), boutique atelier





Glaces alcoolisées : Parfumées à l'alcool

1. Chartreuse et concombre
coulis de cédrat
(parfum éphémère)
2. Cacahuète **Cognac**
3. Citron **absinthe**
4. Cacao **whisky** fumé
5. **Irish coffee**
6. **Gin** algues &
7. Pastèque **Martini Rosso**
8. Cacao **saké** miso
9. Popsicle **spritz**
10. Prune **Saké** Kasu





Maison Fabien Foenix

2008



- Sorbets, glaces, gâteaux glacés, buches glacées, biscuits
- Consommation sur place, bacs à emporter
- **48 glaces dont 5 alcoolisées**





Glaces alcoolisées : 4 %

1. Mojito
2. Marron **whisky**
3. **Plombière**
4. Pruneaux **armagnac**
5. Soufflé au **Grand Marnier**





La Manufacture des Belles Glaces

- Revendication « **made in France** », recettes traditionnelles, terroir
- Distribution **B2B** : supermarchés, magasins, restaurants, restauration rapide, boulangeries, parcs de loisirs, stations service
- Formats : pots 120, 460 et 750 ml, desserts individuels





Glaces alcoolisées :

1



**Plombières au Kirsch,
aux fruits confits &
écorces d'orange**

2



**Rhum Raisins Saint
James ®**

3



**COINTREAU ® avec
morceaux orange
confites**

4



Alcool de Verveine

5



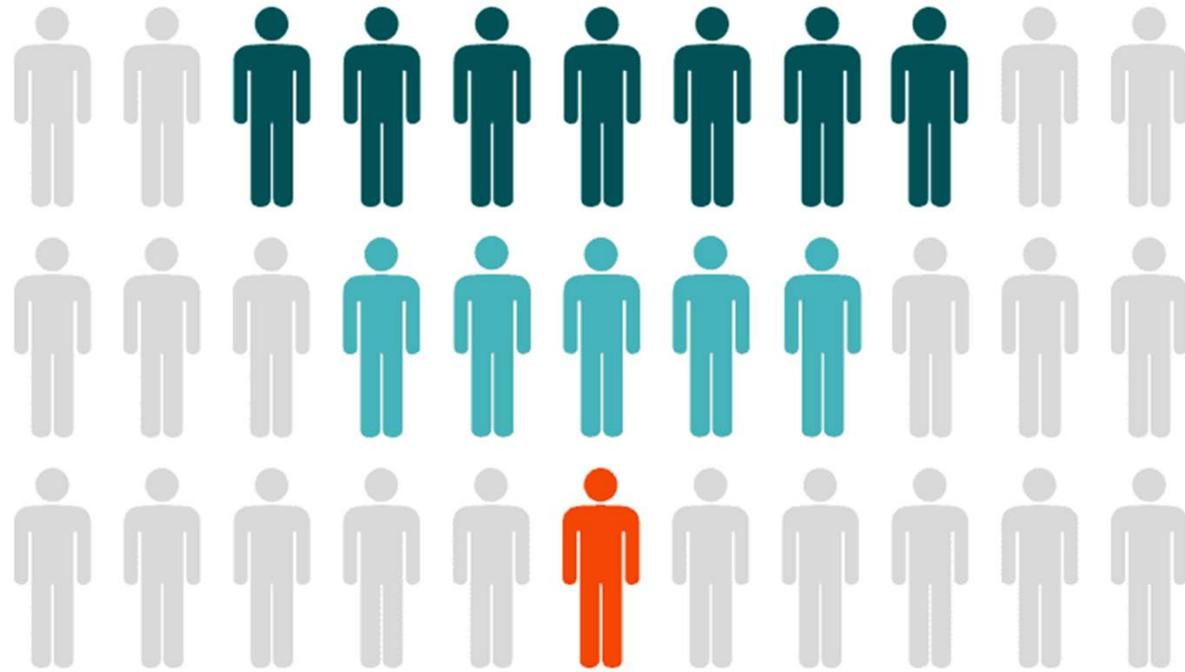
**Liqueur de Chartreuse
Verte**

6



**Généri des Pères
Chartreux**

Segmentation





Géographique

- Principalement les **Parisiens**
- Toute personne de passage à Paris (**touriste, en transit**)



Socio-
Démographique

- Toute personne à **partir de 18 ans** (Etudiant, salarié, retraité)
- Personne n'ayant pas de **restrictions de santé** en rapport à l'alcool
- Personne n'ayant pas de **restrictions religieuses**
- Prix accessible et touchant un vaste public



Situationnelle

- **Célébration** d'un évènements particulier
- Recherche d'un moment de **convivialité**
- **Saisonnalité** : été, soirées



Psychologique

- Personne appréciant les **desserts glacés**
- Personne appréciant les **boissons alcoolisées**
- Personne recherchant la convivialité (**extravertie**)
- Personne casanière (**introvertie**)
- Profil curieux aimant la **nouveauté**
- Profil aimant les **desserts traditionnels**

Cibles







Personas

Henry

Convivial

Généreux

Epicurien

Gourmet



- **Age** : 54 ans
- **Métier** : directeur commercial
- **Situation** : marié, trois enfants
- **Ville** : Paris
- **Profil type** : le patriarche

Bio : Henry est un homme chaleureux et un extraverti. Il aime profiter de ses amis et de sa famille autour d'un bon repas dans un endroit cosy et aime célébrer les différentes étapes de l'existence. Il aime les valeurs sûres, les bons produits et les endroits qui ont une histoire et savent transmettre des spécialités dont la qualité a été éprouvée à travers le temps. C'est un grand amateur de Whisky et de glace à la vanille.

Il recherche : un endroit chic mais décontracté où il pourra déguster des produits de qualité entouré des siens.

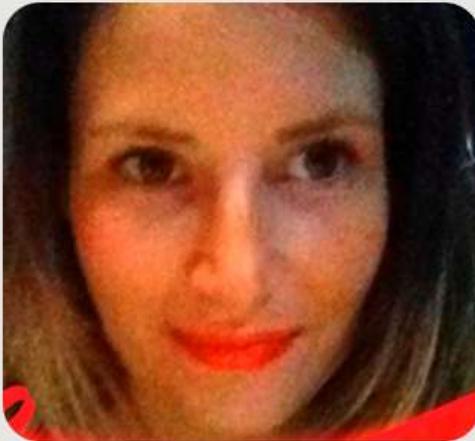
Laetitia

Intrépide

Gastronome

Gourmande

Energique



- **Age** : 42 ans
- **Métier** : manageuse d'équipe et de projets
- **Situation** : mariée, deux enfants
- **Ville** : Paris
- **Profil type** : la conviviale



Bio : Laëtitia est une femme pleine d'énergie qui a le sens du contact et est très sociale. Elle aime être en mouvement et adore les moments festifs en famille, entre collègues ou entre amis.

Elle aime les produits de qualité et est de plus en plus attentive aux respects des normes environnementales. Elle a une bonne connaissance des vins et s'est mise à la mixologie.

Elle a une préférence pour les alcools légers.

Elle recherche : un lieu avec une ambiance collégiale où l'on peut trouver une réelle exigence en sourcing des produits et en qualité environnementale.

Natsuki

Discrète

Exigeante

Raffinée

Curieuse



- **Age** : 31 ans
- **Métier** : Traductrice
- **Situation** : célibataire
- **Ville** : Tokyo
- **Profil type** : l'exploratrice



Bio : Natsuki réalise enfin un voyage à Paris programmé depuis longtemps. Elle a sélectionné avec soin les endroits qu'elle souhaite visiter et les restaurants qu'elle souhaite tester.

Elle est en quête des produits emblématiques de la culture et de la tradition française.

Elle a soigneusement enquêté sur les sites internet recensant les restaurants et les cafés à tester absolument. Comme elle visite Paris en été, un glacier artisanal est un passage obligé.

Elle recherche : découvrir des éléments emblématiques de la culture française

Lydia

Festive

Sociale

Expérimentale

En mouvement



- **Age** : 22 ans
- **Situation** : étudiante
- **Ville** : Paris
- **Profil type** : la fêtarde

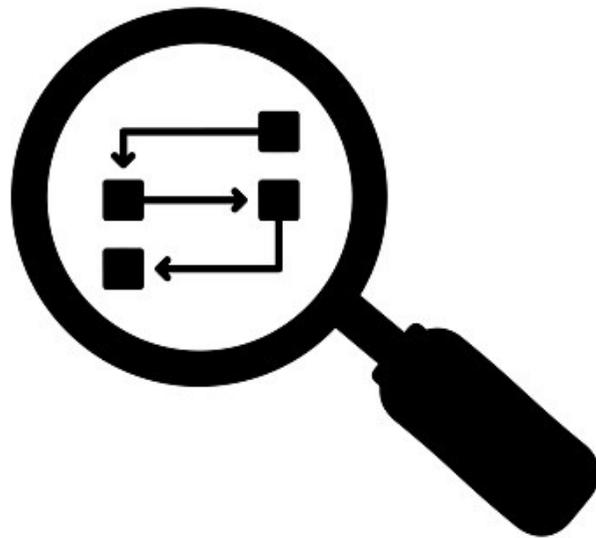


Bio : Lydia découvre la vie étudiante à Paris et les sorties. Son budget n'est pas illimité mais elle a quand même l'occasion de tester quelques cafés et bistrot en vogue.

Elle aime prendre l'apéritif en soirée avec ses amis et tester de nouveaux cocktails. Elle apprécie les endroits vivants et joyeux, parfois un peu bruyants.

Elle recherche : la convivialité arrosée entre amis, les endroits tendances.

Conclusion





soirée



Tester la réceptivité du produit :

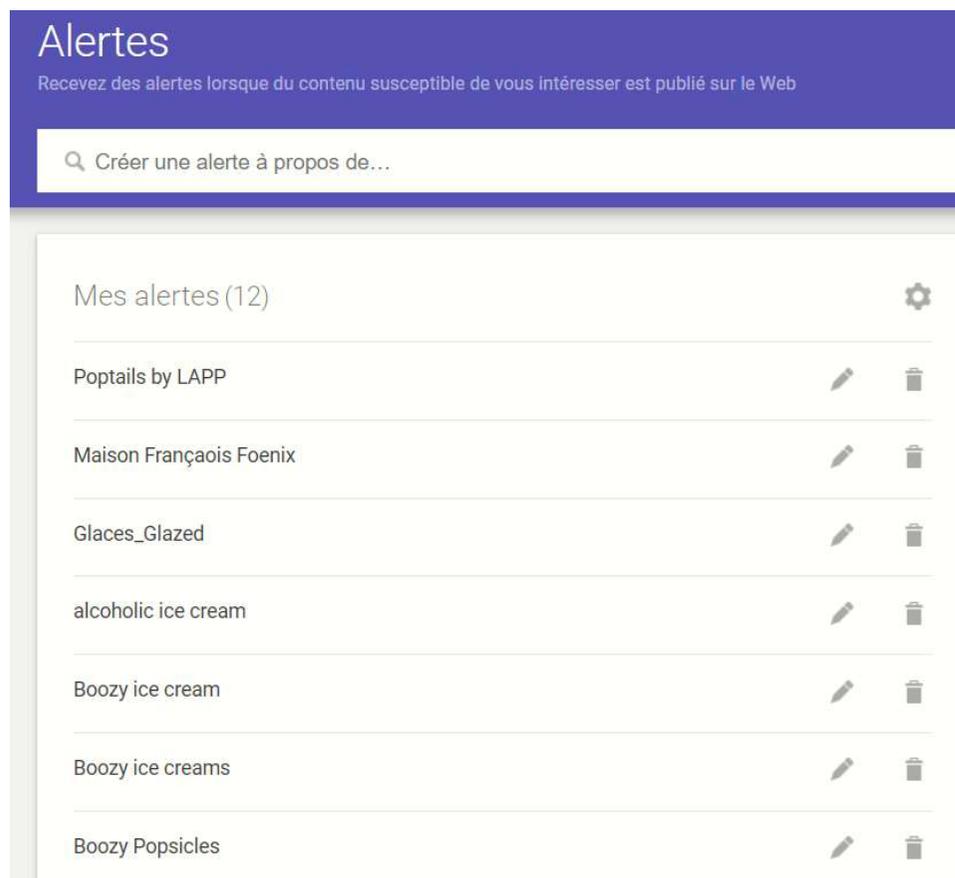
- **Gammes de glaces** plus ou moins alcoolisées
- Etablir des **partenariats** avec des restaurateurs
- **Pop-Up Stores** éphémères
- Présence sur les **festivals** et **événements culturels**



Systeme de veille



Compte Gmail dédié et Google Alerte :



Alertes
Recevez des alertes lorsque du contenu susceptible de vous intéresser est publié sur le Web

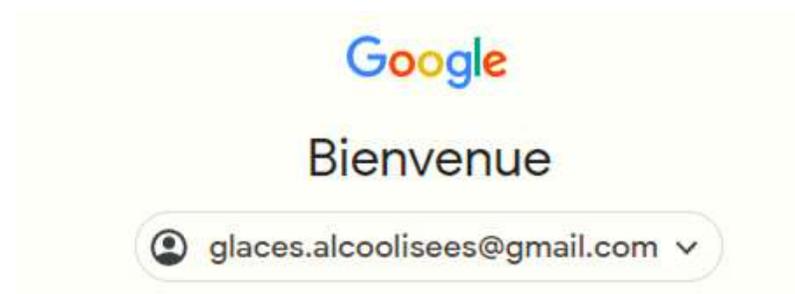
🔍 Créer une alerte à propos de...

Mes alertes (12) ⚙️

Poptails by LAPP	✎	🗑
Maison François Foenix	✎	🗑
Glaces_Glazed	✎	🗑
alcoholic ice cream	✎	🗑
Boozy ice cream	✎	🗑
Boozy ice creams	✎	🗑
Boozy Popsicles	✎	🗑

Permet de suivre **l'actualité au jour le jour**:

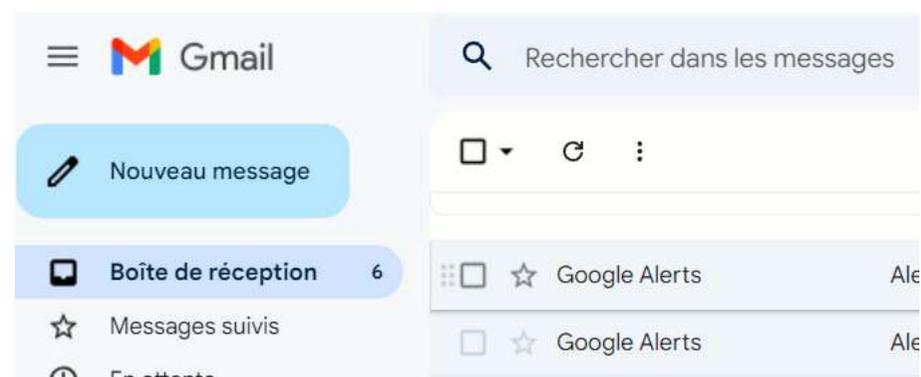
- Des concurrents directs
- De diverse marques de glaces alcoolisées



Google

Bienvenue

👤 glaces.alcoolisees@gmail.com ▼



☰ Gmail

🔍 Rechercher dans les messages

✎ Nouveau message

📧 Boîte de réception 6

☆ Messages suivis

📧 Google Alerts Ale

📧 Google Alerts Ale



Compte Instagram dédié :



1,275 publications 9,819 followers

Glazed Paris
Entrepreneur
Artisan sucré engagé et décalé depuis 2012.
Livraison et click&collect
54 rue des Martyrs 9ème

Instagram ▾

Q badsantaicecream



tendancesglacees [Modifier profil](#)

0 publications 2 followers 37 suivi(e)s

Tendances Glacées



#alcoholiccream
6,224 publications



#boozycicecream
20,766 publications



#beericecream
15,336 publications

Permet de :

- Suivre les **comptes des concurrents** directs
- Suivre les comptes de diverses marques de glaces alcoolisées
- Avoir un retour des consommateurs via les commentaires
- Suivre les tendances produits via les **hashtags**
- S'inspirer des tendances créatives et de contenu



Compte Twitter dédié :



slimchillers

@SlimChillersinc

Skinny Freezers! The Original Creatc
Martini, Wine Cocktails,& Vodka Co
Suck Responsibly.



FrutaPOP

@Fruta_POP

Fruta POP: small-batch makers of ce
approved boozy freezer pops for par



WAVEY ICE

@Wavey_Ice

The ORIGINAL Boozy Ice-Pop, Since



Boozy Udders

@BoozyUdders

Award-winning, deliciously decaden
of @FarmShop_Deli's Best New Idea
Awards!



Crème de Liqueur

@CremedeLiqueur

Alcohol-Infused Ice Cream. The perf
dinner drink. Enjoy responsibly and c



Glaces Alcoolisées

0 Tweets



ice cream

Edit profile

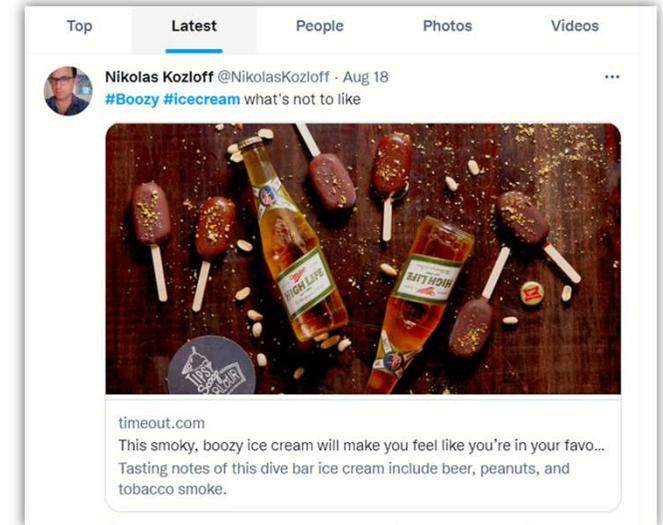
Glaces Alcoolisées

@GAlcoolisees

In search of boozy ice creams all over the world !

Joined August 2022

39 Following 0 Followers

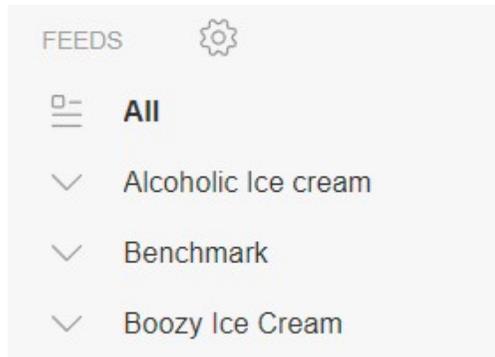


Permet de :

- Suivre l'**actualité** des différentes marques de glaces alcoolisées et de les regrouper
- Avoir un **retour des consommateurs**
- Trouver des **suggestions de hashtag** permettant d'étendre la recherche

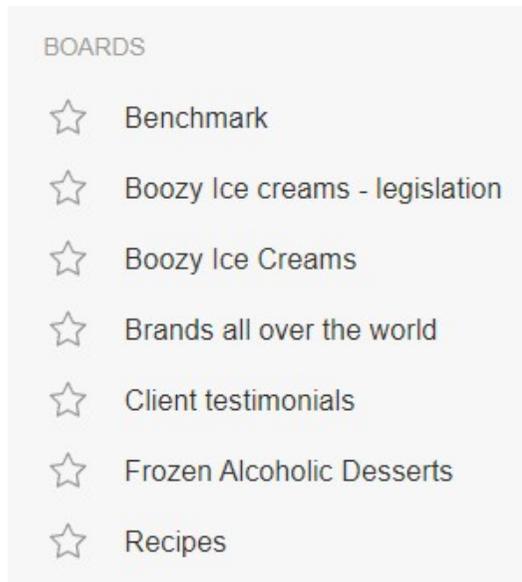


Création d'un compte Feedly :



Permet de :

- Regrouper l'actualité par catégories (Benchmark, glaces alcoolisées, témoignages clients)
- Conserver les articles dans le temps et d'avoir ainsi un historique de l'évolution des tendances, des goûts et de la législation



Boozy Ice creams - legislation

LATEST



Brighton Mr Topsy speaks out after ice cream crime concerns

[Boozy Ice creams - legislation](#) • 500+ The Ar

A YOUNG entrepreneur's dream to open an ice cre
has been dealt a blow after officials decided it mi

Etude de marché - Synthèse

Le marché des glaciers vendant de la glace alcoolisée à Paris aujourd'hui

Question : serait-il pertinent d'ouvrir à Paris un glacier spécialisé dans les glaces alcoolisées ?

Constat :

- Une consommation de spiritueux et de cocktails accrue
- Une consommation de glace élevée
- Des parfums de glaces alcoolisées qui n'évoluent pas et qui semblent figés dans le temps

Le marché des glaces alcoolisées :

- Un marché qui a émergé ces dernières années aux Etats-Unis et dans quelques pays en Europe
- Des marques françaises qui n'ont pas réussi à perdurer, quelques rares autres qui semblent prendre leur essor
- Des glaciers artisanaux parisiens réputés qui utilisent – entre autres- l'alcool pour créer des parfums innovants et reproduisent parfois des cocktails connus et appréciés

Consommateurs :

- Des français amateurs de glace mais plébiscitant le plus souvent des parfums classiques et conventionnels
- De jeunes consommateurs apparaissant enthousiastes par les cocktails sous forme de popsicles
- Des consommateurs âgés fidèles aux crèmes glacées alcoolisées

Conclusion :

- La saisonnalité de la consommation de la glace et la temporalité de la consommation d'alcool sont des freins à la consommation.
- La législation liée à la vente d'alcool et à sa consommation est contraignante.
- La sortie de desserts glacés alcoolisés semble provoquer l'enthousiasme des consommateurs et des médias mais l'intérêt ne semble pas garanti sur le long terme.

Recommandation :

- Au vu des différents éléments évoqués, il semble risqué aujourd'hui d'ouvrir un glacier entièrement dévolu aux glaces alcoolisées.
- Il serait plus prudent dans un premier temps de tester la réceptivité du consommateur en proposant des gammes de glaces plus ou moins alcoolisées en partenariat avec des restaurateurs, en ouvrant des corner shops éphémères dans de grandes épiceries, en étant présent sur différents festivals.
- Si le consommateur est demandeur et si la tendance va en s'amplifiant, l'ouverture d'un « Ice cream bar » pourra être reconsidérée.