

NutriMarketing Sa

• Innovation Alimentaire & Communication •

Rapport d'étonnement : MDD Expo

27, 28 et 29 Mars 2007 – Paris – Porte de Versailles

Le salon MDD Expo (marques de distributeurs) s'est déroulé dans le Hall 7.1 Porte de Versailles.

Le salon est organisé par Jangil (Groupe Emap Agor) tout comme le CFIA (Carrefour des Fournisseurs de l'industrie Agroalimentaire).

506 entreprises ont exposé cette année sur MDD Expo dont 20 % d'internationales venues principalement d'Europe.

L'Espagne était mise en valeur avec un pavillon dédié.

132 avenue de Villiers - 75017 Paris

• T : 01 47 63 06 37 • E-Mail : nutrimarketing@wanadoo.fr • Fax : 01 47 63 09 72

SA au capital 39 000 € - 412 053 621 00014 RCS Paris

TVA FR 53412 053 621 00014

Le secteur des MDD en France.

Les MDD n'en finissent pas d'avancer, et deviennent de vrais challengers des marques propres.

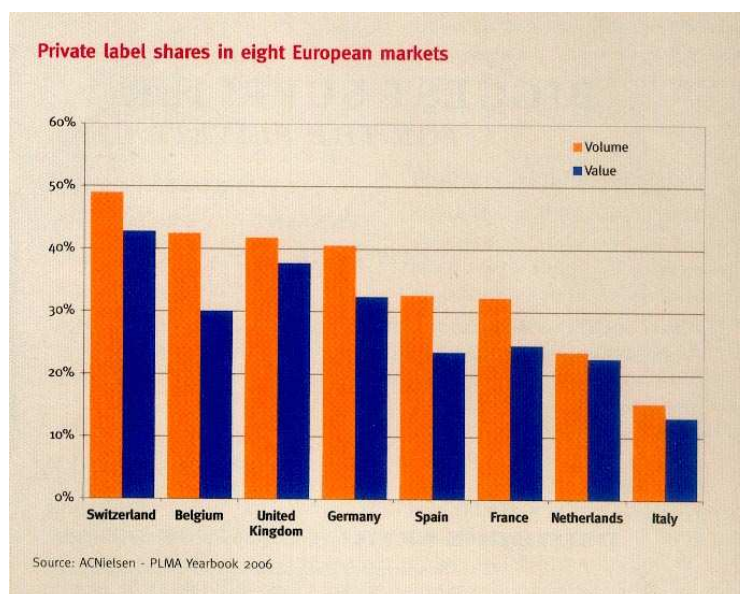
L'accès des distributeurs à la publicité télévisuelle en janvier dernier n'a fait qu'augmenter l'impact des enseignes qui se sont toutes engouffrées dans la brèche, représentant ainsi près de 8 % de part de marché sur les 15 premiers jours de janvier :

Top 6 des distributeurs ayant le plus investi en TV

	Souvenir spontané	Souvenir assisté	Budget investi TV*	Budget investi radio	Budget investi presse
Super U/ Système U	29%	33%	1 833 938	3869	0
Intermarché + Les mousquetaires	21%	32%	1 729 870	3500	941
Auchan	29%	31%	2 061 005	1669	42
Leclerc	16%	18%	1 752 709	4083	2576
Champion	13%	16%	1 582 329	1087	0

Sources : panel Store'Com de Starcom, filiale de Publicis Groupe Média, moyenne des sondages réalisés le 07/01/07 et le 14/01/07, et institut Yacast (budgets bruts en euros sur les chaînes nationales TV du 01/01/07 à 0h au 14/01/07 à 15h).

Le marché des MDD représente aujourd'hui en Europe 100 milliards d'euros (ACNielsen). L'Europe est le foyer des MDD dans le monde.



Dans le classement des pays en termes de parts de marché des MDD, le premier pays, hors Europe, à y figurer sont les Etats-Unis qui se positionnent au 9^e rang.

Le point fort des produits MDD est d'abord de correspondre tout à fait à l'attente des consommateurs. L'enseigne connaît ses clients (via notamment les cartes de fidélisation) et développe le marketing des ses propres marques. L'innovation proposée passe également par les packagings permettant un placement préférentiel en linéaire.

Le temps des pâles copies de marques nationales est définitivement révolu.

MDD Expo 2007

Les entreprises exposantes étaient disposées selon leur secteur d'activité. Cette année a vu apparaître 2 nouveaux secteurs répondant à la demande des consommateurs :

✦ Epicerie salée	10% des exposants
✦ Epicerie sucrée	14,5%
✦ Produits carnés et de la mer	18%
✦ Surgelés et primeurs	12%
✦ Crèmerie	12%
✦ Liquides	5,5%
✦ Pavillons nationaux et internationaux	19%
✦ Halal	5%
✦ Ethnic - Gourmet	4%

Nouveau pôle : Halal

Les offres de produits transformés certifiés Halal se multiplient et nécessitent désormais un pôle. Nous pouvons découvrir des plats cuisinés, des pizzas, des nems, des lasagnes mais aussi des gammes de baby food Halal.

Raison sociale	GEMS (GEM FOODS)
Web	www.petitgems.com
Pays	ROYAUME-UNI
Activité(s)	Producteur de produits alimentaires halal, spécialisé dans la nourriture pour bébé.



Raison sociale	MUMTAZ VENTURES LTD
Web	www.mumtaz.com
Pays	ROYAUME-UNI
Activité(s)	Un pur produit Halal pour bébé avec une marque digne de confiance! MUMTAZ, marque reconnue mondialement a lancé une nouvelle gamme Halal de baby food pour servir les consommateurs musulmans soucieux du respect de leur alimentation. Avec un contenu en viande supérieur de plus de 20% au standard habituel, Mumtaz Halal Babyfood n'est pas seulement destiné aux consommateurs musulmans mais également à toutes les mères qui souhaitent nourrir leur bébé avec les meilleurs ingrédients : les pots de bébé sont disponibles pour des bébés de 4 à 7 mois



Dans le monde, le marché Halal est estimé à 150 milliards de dollars. En 2005, le Halal progresse de 10% en volume en France. Aujourd'hui, personne ne néglige le positionnement Halal et chacun, distributeurs, RHD, boutiques de proximité, marques nationales, cherchent à développer sa gamme de produits.

5% des exposants MDD Expo 2007 se positionnaient sur le pôle Halal.

Nouveau pôle : Ethnique – Gourmet

Les plats d'ailleurs, aux épices typiques, aux traditions exotiques s'affolent et nous sont proposés dans tous les secteurs alimentaires français.

En 2006, 80% des français ont acheté au moins une fois dans l'année un plat cuisiné ethnique. La croissance du marché exotique croît de 15% par an en Europe.

Les produits gourmets haut de gamme sont plébiscités par un consommateur à la recherche de qualité et de goût. Ce secteur représente un chiffre d'affaire de 3,2 milliards d'euros en France.

18 exposants sur le salon MDD Expo présentaient des produits Ethnique – Gourmet.

Beaucoup de plats cuisinés étaient mis en avant avec 2 saveurs vedettes : Indienne & Kebab

RS	MISTER DAVES
Web	www.misterdaves.com
Pays	ROYAUME-UNI
Activité(s)	Producteur de plats cuisinés Indiens surgelés, principalement pour la G.M.S. Nous produisons également pour la restauration et service alimentaire. Tous nos plats sont de fabrication artisanale (fabrique main) afin de restituer un plat authentique comme dans un restaurant.
RS	POCO LOCO SNACK FOOD NV
Web	www.pocoloco.be
Pays	BELGIQUE
Activité(s)	Tortillas Chips, Tortillas de Blé, Salsa Mexicana, Kits Mexicains et Ethnique Blé Précuit, Galettes pour Kebab, Taco Shells.
RS	FRANCE KEBAB SAS
Web	www.france-kebab.com
Région	Basse-Normandie
Pays	FRANCE
Activité(s) ..(FR)	Concept innovant autour du kebab: plats et kits surgelés kebab Party, lamelles, broches, pains, galettes, sauces.



Tendances du salon :

2 Labels pour guider le visiteur : RHD et Club export indiquaient l'intention de l'exposant.

Label RHD : exposants intéressés par la clientèle de la Restauration Hors Domicile.

13% des exposants.

Label Club Export : exposants désirant rencontrer une clientèle international et ayant réalisé les démarches nécessaires (brochures, renseignements bilingues, etc.)

12% des exposants.

Produits

Une grande proposition de soupes individuelles marque ce début d'année. Des propositions industrielles, des maquettes ainsi que des produits finis à référencer sont disponibles.



<http://www.greenshoot-soups.com/>

Les Lassis (boissons traditionnelles d'Inde à base de yaourt) sont largement présents sur MDD Expo.

Raison Sociale	FOOD ALLIANCE - HEALTHY FOOD'S
Web	www.food-alliance.fr
Région	Nord pas de calais
Pays	FRANCE
Activité(s)	MDD produits laitiers, yaourts, fromages, soja (boissons, yaourt, desserts) Développement produits frais : yoghurt drinks & snacks Nouveau : Lassi-yaourts à boire aux fruits (Little India)
Raison sociale	MUMTAZ VENTURES LTD
Web	www.mumtaz.com
Pays	ROYAUME-UNI



Les fabricants de produits MDD ont le souci de copier et d'égaliser les marques nationales, ce qu'elles maîtrisent maintenant à la perfection. Le délai de la mise sur le marché d'un nouveau produit marque nationale et de l'équivalent MDD, est considérablement réduit. Leur nouveau défi sera d'innover avant les marques elles-mêmes et de proposer aux distributeurs de vraies innovations peut-être inimitables car entrant sur le marché à un prix défiant toute concurrence. La nouvelle ère des MDD réserve de très belles surprises, à ne pas quitter des yeux!

Pour en savoir plus :

Contact : Claire Hosteing
NutriMarketing SA – 01 47 63 06 37
claire.nutrimarketing@wanadoo.fr