

[Produits de consommation du quotidien]

La FEEF et NielsenIQ publient le premier Top Innovations PME-ETI

La bière La Goudale Rubis, les sirops Carambar de Routin et la gamme de chips Millésime composent le podium des meilleurs lancements des marques PME-ETI.

Paris, le 14 décembre 2023. La FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) qui représente les PME-ETI fabriquant les produits de consommation du quotidien, et NielsenIQ, leader mondial de la data et des solutions d'analyse, publient aujourd'hui le premier classement des meilleurs lancements de produits de consommation du quotidien des PME-ETI (alimentaire, hygiène-beauté, entretien) vendus en grande distribution*.

*hypermarchés et supermarchés

Les PME-ETI actrices de l'innovation en grande distribution

Dans ce cadre, la FEEF et NielsenIQ se sont associés pour lancer le **premier baromètre annuel des « Top Innovations » produits des marques de PME et ETI**. Il sera dorénavant publié chaque année.

Parmi les 10 produits PME-ETI en tête du classement des meilleurs lancements 2022, c'est une référence de bière, **La Goudale Rubis**, qui arrive en tête de cette première édition, avec 2,5 millions d'euros réalisés en hypers et supermarchés lors de sa première année de présence en magasin - une performance qui s'appuie notamment sur une solide pénétration (2,5% des foyers français). Juste derrière, **la gamme de sirops Carambar de Routin** réalise 2,4 millions d'euros lors de sa première année, avec 1 essayeur sur 4 ayant déjà renouvelé son achat. Ces deux premiers du classement sont présents dans 60% des points de vente.

Meilleurs lancements PME-ETI, 2022

Données clés après les 12 premières périodes de lancement – Données de ventes en Hypers et Supermarchés

1  La Goudale Rubis Sortie P4 2022 2.5% de pénétration 15.3% de réachat 1.0 réf. en moyenne 2 453K€	2  Routin Sirop Carambar Sortie P4 2022 2.5% de pénétration 23.2% de réachat 2.5 réf. en moyenne 2 352K€	3  La Chips Millésime Sortie P5 2022 1.0% de pénétration 36.7% de réachat 1.6 réf. en moyenne 1 290K€	4  Rivières du Mat Arrangé Gingembre et Agrumes Sortie P5 2022 0.3% de pénétration 6.1% de réachat 1.0 réf. en moyenne 974K€	5  La Brasserie Fondamentale Sortie P4 2022 0.2% de pénétration 16.4% de réachat 2.8 réf. en moyenne 874K€
6  Jeanlain Happy Sortie P6 2022 0.3% de pénétration 9.5% de réachat 1.0 réf. en moyenne 761K€	7  Hari&Co Plats Préparés Sortie P4 2022 1.2% de pénétration 34.2% de réachat 1.6 réf. en moyenne 736K€	8  Alfagel Pop Fruit Bio Sortie P5 2022 0.4% de pénétration 9.2% de réachat 3.4 réf. en moyenne 723K€	9  Petit Gas Filet Mignon Sortie P4 2022 0.6% de pénétration 28.9% de réachat 1.0 réf. en moyenne 614K€	10  Sojasun Onctueux au lait d'amande Sortie P5 2022 1.0% de pénétration 25% de réachat 1.1 réf. en moyenne 543K€

Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2022 ayant 12 mois d'historique au moins sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2023

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

A noter : les nouveaux produits orientés « plaisir » et « gourmandise » occupent une bonne place dans le classement.

« Les fournisseurs PME-ETI sont des partenaires de l'innovation et de la différenciation de l'offre en grande distribution. Agiles et flexibles, ces entreprises répondent aux attentes des consommateurs en quête de diversité et d'alternatives aux produits standardisés » explique **Léonard Prunier, Président de la FEEF**.

2022 : une innovation en retrait

Pour la 6^{ème} année consécutive, **le poids des innovations en France a une nouvelle fois diminué** pour atteindre 2.1% du chiffre d'affaires de la grande consommation.

Si les performances de chaque nouveau produit sont au niveau des lancements de 2021, en revanche, la situation s'explique largement par la baisse drastique du nombre de lancements en France (-38% de nouveaux produits en magasins, entre 2021 et 2022).

L'année 2022 fut également marquée par une rationalisation de l'offre en magasin et une tension sur le pouvoir d'achat. Néanmoins, comme le constate **Xavier Ségalié, Directeur Général de NielsenIQ**, *« l'assortiment PME-ETI en magasin résiste mieux que celui des grands groupes ces dernières années. Une résistance qui fait écho à l'appétit des consommateurs pour les produits locaux – d'autant plus lorsque ces derniers apportent une proposition gourmande, végétale et/ou bio, comme les innovations primées cette année. »*

Rendez-vous l'année prochaine pour partager les nouveaux résultats de la dynamique d'innovation en grande distribution.

>[En savoir plus sur le top 10 et le classement par univers de produits](#) (Boissons Sans Alcool, Alcools, Entretien, Epicerie Salée, Frais laitier, Frais non laitier, Oral care, Surgelé)

>[Télécharger les photos \(zip\)](#)

A propos du top innovations PME FEEF - NielsenIQ :

A partir des données de vente en hypermarchés et supermarchés (NielsenIQ ScanTrack), la FEEF et NielsenIQ ont isolé les nouveaux produits des marques de TPE, PME et ETI, apparus en magasin entre juillet 2022 et juin 2023, avant de les classer selon le chiffre d'affaires réalisé lors de leur première année de présence en magasin. Le classement PME-ETI en partenariat avec la FEEF inclut les produits des marques françaises appartenant à des entreprises indépendantes françaises dont le chiffre d'affaires en hypers et supermarchés ne dépasse pas 250 M€ (passages en caisse).

A propos de NielsenIQ :

NIQ (NielsenIQ) est le leader mondial de l'intelligence consommateurs, offrant la compréhension la plus complète du comportement d'achat des consommateurs et révélant de nouvelles opportunités de croissance. En 2023, NIQ s'est uni avec GfK, réunissant ainsi deux leaders du secteur avec une envergure mondiale inégalée. Grâce à une lecture holistique de la distribution et aux insights les plus complets sur les consommateurs - fournis par des analyses avancées sur des plateformes de pointe - NIQ offre la vision la plus complète - the Full View. NIQ est une société du portefeuille d'Advent International, présente sur plus de 100 marchés, couvrant plus de 90 % de la population mondiale. Pour plus d'informations, visitez www.nielseniq.com.

A propos de la FEEF :

La Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, créée en 1995, rassemble plus de 1 000 entreprises indépendantes, fabriquant les produits de consommation du quotidien. Sa vocation est de mieux armer ses adhérents dans les négociations commerciales, de diversifier leur business (GD, RHD), de renforcer leur singularité RSE via le label PME+. La FEEF se distingue

par une approche collaborative auprès des enseignes de la grande distribution afin de construire un cadre commercial adapté aux PME-ETI. Sur le plan institutionnel, elle défend également les intérêts des PME-ETI fournisseurs de la distribution auprès des pouvoirs publics. www.feef.org

Contacts presse

Pour la FEEF : Virginie Feuillebois – Tél. : 01 47 42 43 33 – Email : vfeuillebois@feef.org

Pour NielsenIQ : Anthony Courtat – Tél. : 06 09 98 41 11 – Email : anthony@comio.fr