



Le Baromètre MDD (France) – Édition 2019

Un outil mesurant la performance des industriels (PGC)

Les marques de distributeurs (MDD), un nouvel essor

Après un déclin lors des cinq dernières années et une part de marché ayant chuté de 3 points, les MDD devraient, cette année, renouer avec la croissance. En effet, dans le contexte de la loi EGAlim, ces dernières reviennent au cœur de la stratégie des distributeurs qui voient notamment, en celles-ci, une possibilité plus grande de différenciation (gammes premium, produits bio...).

Les MDD en quelques chiffres



La part de marché des MDD, en France, en 2019 (- 3pts vs. 2014).



La croissance des gammes premium au sein de l'offre MDD des distributeurs.



La proportion du BIO dans les lancements de produits sous MDD depuis 2018.

Source : LSA/IRI

Présentation de l'étude et méthodologie

Étude annuelle réalisée depuis 2015, le baromètre MDD permet de situer le niveau de prestation des industriels auprès des 7 principales centrales d'achats. Dans le cadre de cette 5^{ème} édition, les distributeurs ont été sollicités du 21 janvier au 8 mars 2019 afin d'évaluer leurs fournisseurs à l'aide d'un questionnaire en ligne. Au total, 229 répondants ont participé à cette enquête et 69 industriels ont ainsi été évalués.

Ce qu'il faut retenir de cette édition 2019

🌀 Le niveau de satisfaction des enseignes est variable en fonction des catégories de produits. En effet, sur l'ensemble des 16 catégories analysées cette année, trois d'entre elles se démarquent positivement : les **biscuits sucrés**, les **conserves de légumes** et les **tablettes/confiseries de chocolat**.

- ✎ Les trois centrales d'achats les plus satisfaites des prestations proposées par leurs fournisseurs de MDD sont **Auchan, Carrefour et Provera (Cora et Match)**.
- ✎ Les distributeurs considèrent que les problématiques **Qualité** sont celles les mieux maîtrisées par les industriels. Il s'agit, en effet, de la thématique recueillant le meilleur score de performance.
- ✎ Au global, sur l'ensemble des points évalués, 3 critères sont particulièrement plébiscités : la **conformité des audits réalisés**, la capacité des industriels à **retrouver la trace des produits lors d'un retrait/rappel** et le respect de ce dernier à l'égard des **procédures de gestion de crise** mises en place par les enseignes. À contrario, les aspects liés aux **packaging/emballages** sont à retravailler en priorité pour les fournisseurs. Les 2 critères y étant liés (**emballages innovants** et **réduction à la source des emballages**) constituent les plus grands points de critiques des distributeurs.
- ✎ Les attentes émises par les enseignes vis-à-vis des industriels portent principalement sur :
 - Les **problématiques stratégiques** ; s'appuyant sur une certaine **capacité à adhérer à la stratégie** du distributeur et à **s'y adapter**, tout en faisant preuve d'une **bonne réactivité**.
 - La **connaissance marché**, et plus particulièrement l'**expertise des interlocuteurs** et la **maîtrise des indicateurs de la valeur marché**.
 - La **gestion des stocks et des ruptures** : une **bonne anticipation** de ces derniers semble, en effet, indispensable à la satisfaction des enseignes.

« Un outil très utile pour évaluer la satisfaction de nos clients et définir des pistes de progrès pour nos équipes. »

Franck CHAPELOT, Directeur grands comptes MDD, Entremont

”

« Le baromètre MDD est très intéressant puisqu'on est comparé avec des sociétés du même métier. Le feedback des clients nous a permis de prendre les mesures correctives nécessaires. »

Olivier RINGLER, Directeur BU France, McBride

Pour en savoir plus :

Christophe MENAGER, Directeur Associé

02 40 35 08 08

www.bossman-consultants.com



À propos de BOSSMAN CONSULTANTS

BOSSMAN CONSULTANTS

Notre cabinet met son expertise au service des entreprises dans le conseil en développement commercial, les Etudes et la formation. Nous accompagnons l'ensemble des acteurs de la distribution moderne.

Nous intervenons principalement dans trois domaines :

Le conseil

Le conseil en stratégie commerciale et marketing, en organisation des structures et en développement commercial.

Le développement des compétences

- Les audits de compétences
- L'ingénierie de plans de formation
- L'animation d'actions de formation
- Le coaching personnalisé de managers

Les études

- Les Études institutionnelles : benchmark de performance (baromètre ETI-PME, baromètre MDD, baromètre CHD).
- Les Études spécifiques : analyses de marché, analyses de concurrence, bonnes pratiques...
- Les Études de circuits

Fort d'une expérience de plus de 20 ans auprès des industriels et distributeurs des PGC, notre Pôle Études crée et mène pour vous des études institutionnelles et spécifiques pour vous guider dans vos orientations stratégiques commerciales et marketing.

Reconnue par nos clients comme adaptable, dynamique et très réactive, notre équipe vous accompagne tout au long de votre processus de décision : de l'information à la prise de décision ; du constat à l'action.

