



Fédération du Commerce
et de la Distribution



Communiqué de presse – 4 octobre 2018

2^{EME} BAROMETRE PME/GRANDE DISTRIBUTION

Les TPE/PME, un puissant moteur en période de croissance modérée

La FCD et la FEEF travaillent ensemble depuis des années pour créer les conditions favorables au développement de relations pérennes et harmonieuses entre les distributeurs et les PME (4 codes de bonnes pratiques depuis 2013). Le baromètre PME/Grande Distribution réalisé avec Nielsen est un outil de mesure bisannuel des fournisseurs TPE/PME au sein de la distribution tant à leur marque qu'à la marque des enseignes (MDD).

Aujourd'hui, les chiffres du 2^{ème} baromètre PME/Grande Distribution sur les Marques Nationales (MN) et les Marques de Distributeur (MDD) sont dévoilés.

Marques de TPE/PME : performance et attractivité

Pour la 5^{ème} année consécutive, les marques de TPE/PME apportent au moins **80% de la croissance en hypermarchés et supermarchés** sur les rayons Produits de Grande Consommation (PGC) et Frais Libre-Service (FLS) : 88% en 2018. Elles sont un puissant moteur pour la distribution car elles apportent **valorisation** et **différenciation** (41% de leur offre est positionnée sur le haut de gamme).

Sur le bio, les marques de TPE/PME pèsent 24,2% du chiffre d'affaires (à comparer à leur poids de 13,7% sur l'ensemble du PGC PFLS) et progressent de +32% cette année. Elles sont le reflet d'une vraie attente des consommateurs.

Les marques de PME ont encore du potentiel car elles sont **sous-linéarisées par rapport à leur poids dans le chiffre d'affaires**. Quant aux marques de TPE, elles ont des leviers de progression de diffusion dans d'autres régions que leur région d'origine.

Marques de Distributeur (MDD) : les TPE/PME privilégiées

Les 2/3 du chiffre d'affaires des MDD sont réalisés par des TPE PME françaises et progressent de 9 points de quota vs le baromètre 2016. Plus l'offre est valorisée (Bio, terroir, innovation) plus les TPE/PME sont sélectionnées par les enseignes pour fabriquer leur MDD (76% du CA).

Selon Nielsen, les mesures des EGA peuvent bénéficier aux TPE/PME en 2019

- Le relèvement du SRP réduira les écarts de prix entre grands groupes et MDD/TPE/PME.

- Des écarts moindres entre les opérations promotions des enseignes : l'assortiment prendra le relais de la différenciation.
- Un réinvestissement à prévoir sur la MDD qui peut bénéficier aux TPE/PME françaises, l'empreinte locale étant une attente consommateur.

Méthodologie

- **Les sources de données** : Les données distributeurs **Nielsen ScanTrack** pour mesurer la performance (ventes) de tous les magasins hypermarchés et supermarchés.
La base produits Nielsen pour qualifier la typologie de produits (bio, premium)
La base magasins Nielsen pour qualifier la typologie des fabricants (TPE, PME, ETI, Groupes)
Un fichier fourni par chaque distributeur* qui identifie pour chaque produit de marque propre de leur référentiel le fabricant et le pays d'origine (étude MDD)
- **Période étudiée** : CAM P08 2018 (CAM : Cumul Annuel Mobile) pour les tendances marché – données arrêtées au 12 août 2018. CAM P13 2017 pour le baromètre PME.
- **Circuits étudiés** : GMS = HM + SM (hypermarchés + supermarchés)
SDMP (Supermarchés à Dominante Marques Propres) anciennement appelé Hard Discount
- **Les rayons suivis** : PGCFLS au sens Nielsen
Epicerie salée et épicerie sucrée – Liquides (alcools et sans alcool) – Droguerie/Entretien et Hygiène/Beauté/Parfumerie – Frais libre-service et surgelés – Bazar courant (hors équipement lourd et hors textile) avec pour chaque produit la caractéristique bio/non bio

*Hors Intermarché, E.Leclerc, Lidl et Aldi non participants à ce baromètre

[>Télécharger la synthèse du 2^{ème} baromètre Nielsen](#)

A propos de la FEEF

La Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, créée en 1995, rassemble près de 900 entreprises indépendantes ou familiales, fournisseurs du Grand Commerce. Sa vocation est de fédérer, représenter et promouvoir ces dernières auprès des enseignes de la Grande Distribution afin d'être un accélérateur relationnel et de business. Cette démarche se fait toujours dans la construction et le dialogue. De manière plus institutionnelle, la FEEF entend faire valoir le rôle des PME (98% des entreprises françaises) dans la sphère économique et la nécessité de les soutenir par des mesures différenciées pour accélérer leur développement via l'innovation et l'export par exemple.

[in](#) La FEEF | [@FEEF_France](#) | [/FEEF_TV](#)

A propos de la FCD

La Fédération du Commerce et de la Distribution regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 750 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2131 hypermarchés, 5962 supermarchés, 3952 supermarchés à dominante marques propres, près de 3700 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 200 milliards d'euros. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, le développement durable, les relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), les relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et commercial.

[in](#) Fédération du Commerce et de la Distribution | [@FCDfrance](#)

Contact presse FEEF : Virginie Feuillebois – 01 47 42 43 33 – vfeuillebois@feef.org

Contact presse FCD : Sophie Amoros - 01 44 43 99 12 – samoros@fcd.fr