



Les MDD challengées, quelles solutions?

publié le 16/03/2016

Descriptif :

Plusieurs articles à consulter en ligne sur le salon des MDD

Source : Nielsen

Plusieurs articles à consulter en ligne sur le salon des MDD [↗](#)

RENCONTRE

“ LES MDD STIMULENT L'INNOVATION AMÉLIORENT LE POUVOIR D'ACHAT ET FAVORISENT L'ACCÈS À LA QUALITÉ ”

fcd Jacques Creyssel, Président de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD)

En quoi les MDD participent-elles au dynamisme de la GMS ?
Les MDD sont un élément clé et déterminant pour les marchés de la grande consommation : 100 % des Français achètent aujourd'hui des MDD, plus de 52 % d'entre eux ont récemment remplacé une marque nationale par une MDD et 68 % affirment que le rapport qualité/prix des MDD est très bon. Enfin, plus de 50 % considèrent que leur qualité est au moins équivalente à celles des grandes marques nationales. Les MDD sont donc un élément essentiel du marché. Elles stimulent

En quoi les MDD sont-elles un moteur d'innovation et de créativité ?
De plus en plus, ces MDD sont orientées vers l'innovation. On constate ainsi un réel essor des produits Premium, qui sont les plus performants en termes de progression du chiffre d'affaires, mais aussi des marchés « de niche » avec, par exemple, les produits bio ou les produits sans gluten. La part des MDD dans les produits bio

l'innovation, améliorent le pouvoir d'achat. Elles permettent aux consommateurs d'accéder à des produits de qualité, aux prix moins élevés. Elles stimulent la concurrence sur des marchés dont l'essentiel est souvent le fait de quelques industriels seulement.

représente 42 %, soit plus que la part de marché moyen des MDD. Grâce à elles, les consommateurs ont désormais accès à un marché auparavant réservé à une certaine catégorie de la population. Mais l'innovation en MDD ne se limite pas au seul produit ; elle s'étend à tout ce qui y touche : packaging, services associés... Par exemple, une enseigne a étudié l'ensemble de ses produits en braille, certaines autres ont développé des gammes de produits sans antibiotiques ou bien des bouteilles de lait à ouverture simplifiée sans opercule... Tout ceci contredit totalement les accusations infondées de quelques multinationales, inquiètes pour leur marché, qui considèrent les MDD comme un frein à l'innovation. C'est même tout le contraire !

Source : Nielsen

Source : Nielsen