

Top Innovations 2023

PME & ETI < 50 M€

Classement des meilleurs lancements PME-ETI réalisé par NielsenIQ pour la FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France)

2^{ème} édition

Décembre 2024

NielsenIQ



Meilleurs lancements PME-ETI, 2023

Données clés après les 12 premiers mois en magasin – Données de ventes en Hypers et Supermarchés

1



**Pêcheries basques
Truite des Pyrénées fumée**
Sortie P8 2022
DV 38
2.5% de pénétration
27.4% de réachat
1.3 réf. en moyenne
6 545K€

2



Lessive BONUX
Sortie P6 2023
DV 34
1.2% de pénétration
13.1% de réachat
1.1 réf. en moyenne
4 352K€

3



**Tablettes Merveille
Du Monde**
Sortie P3 2023
DV 33
2.3% de pénétration
35.1% de réachat
1.6 réf. en moyenne
3 232K€

4



**ACCRO Viande
Végétale**
Sortie P3 2023
DV 24
1.0% de pénétration
29.6% de réachat
2.6 réf. en moyenne
1 822K€

5



DADA Drinks
Sortie P10 2022
DV 17
1.0% de pénétration
61.1% de réachat
4.3 réf. en moyenne
1 341K€

6



**CAP Rousset
Sardine**
Sortie P12 2022
DV 19
1.4% de pénétration
33.1% de réachat
1.0 réf. en moyenne
652K€

7



**La ferme à Jules
baby plateaux**
Sortie P7 2023
DV 10
-
1.0 réf. en moyenne
522K€

8



**Cottage Shampooing à
la Kératine végétale**
Sortie P6 2023
DV 27
-
1.8 réf. en moyenne
381K€

9



**Energie Fruit Deo
Crème BIO Vegan**
Sortie P4 2022
DV 20
-
1.2 réf. en moyenne
334K€

10



**Cauvin Huile d'Olive
Zéro Résidus de Pesticides**
Sortie P5 2022
DV 11
1.0% de pénétration
25% de réachat
1.1 réf. en moyenne
328K€

Univers Épicerie Salée

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

CAP Rousset Sardine

Chiffre d'affaires	652 K€
Période de lancement	P12 2022
DV	19
Pénétration	1.4%
Réachat	33.1%
Offre moyenne en magasin	1.0 références



Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024

Univers Frais non laitier

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

Pêcheries basques

Truite des Pyrénées fumée

Chiffre d'affaires	6 545 K€
Période de lancement	P8 2022
DV	38
Pénétration	2.5%
Réachat	27.4%
Offre moyenne en magasin	1.3 références

Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024



Univers Frais – Produits Laitiers

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

Données clés après les 12 premiers mois en magasin

Les Petites Pousses – Wonder Pea

Chiffre d'affaires	215 K€
Période de lancement	P5 2023
DV	12
Pénétration	-
Réachat	-
Offre moyenne en magasin	1.6 références



Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024

Univers Boissons Sans Alcool

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

Données clés après les 12 premiers mois en magasin

DADA Drinks

Chiffre d'affaires	1 341 K€
Période de lancement	P10 2022
DV	17
Pénétration	1.0%
Réachat	61.1%
Offre moyenne en magasin	4.3 références



Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024

Univers Alcools

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

Données clés après les 12 premiers mois en magasin

Giffard Préparation pour Spritz

Chiffre d'affaires	260 K€
Période de lancement	P1 2023
DV	12
Pénétration	-
Réachat	-
Offre moyenne en magasin	1.0 référence

Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024



Univers Entretien

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

Données clés après les 12 premiers mois en magasin

Lessive BONUX

Chiffre d'affaires	4 352 K€
Période de lancement	P6 2023
DV	34
Pénétration	1.2%
Réachat	13.1%
Offre moyenne en magasin	1.1 références

Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024



Univers Hygiène-Beauté

Top innovation PME-ETI - Classement NielsenIQ FEEF

Données clés après les 12 premiers mois en magasin

Cottage Shampooing à la Kératine végétale

Chiffre d'affaires	381 K€
Période de lancement	P6 2023
DV	27
Pénétration	-
Réachat	-
Offre moyenne en magasin	1.8 références

Sources : données NielsenIQ ScanTrack HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 12 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2023 ayant au moins 12 mois d'historique sont présentes ici – et données consommateurs NielsenIQ Homescan - Total France - mise à jour août 2024



Sont inclus dans ces Top Innovations



Périmètre produits

Les produits alimentaires, d'hygiène-beauté et d'entretien de grande consommation vendus en hypermarchés et/ou supermarchés + les biens durables quand ceux-ci sont positionnés en rayon avec les produits de grande consommation.

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 50 M€ (passages en caisse).

Période d'étude

Toutes les innovations du scope produits ci-dessus :

Ranking 2023:

Innovations lancées entre S2 2022 et S1 2023

Ayant au moins 3 périodes de présence en rayon, et plus de 10pts de DV

Nature des innovations prises en compte

- Les nouvelles marques
- Les nouvelles gammes, additionnelles à celles déjà existantes, portant un nom et une promesse clairement différenciés par rapport aux gammes existantes
- Les relancements de marque / gamme, seulement en cas de :
 - Refonte intégrale du mix (nouveaux positionnement, prix, design, recette(s), technologie) venant en substitution de l'ancien
 - Retour en rayon après plus de 5 ans d'absence

Méthodologie

Ne sont pas inclus dans ces Top Innovations 1/2



Périmètre produits

- Les produits des rayons Bazar, Textile et biens durables lorsqu'ils ne sont pas positionnés en rayon avec les produits de grande consommation alimentaire, d'hygiène-beauté ou d'entretien.
- Les fruits et légumes et produits issus des rayons traditionnels (boucherie, boulangerie, charcuterie etc...)
- Les produits vendus en parapharmacie ou « shop-in-shop » d'une autre enseigne.
- Les vins tranquilles et les parfums. Les maquillages sont inclus à partir des classements 2022.
- Les produits des MDD (marques de distributeurs).

Timing

- Les innovations de l'année 2023 ayant **moins de 3 périodes** de présence en rayon.
- Les innovations de l'année 2023 ayant 3 périodes de présence en rayon, mais moins de 10pts de DV.
- Elles seront prises en compte dans la prochaine édition, si elles dépassent le seuil des 10pts de DV.

Méthodologie

Ne sont pas inclus dans ces Top Innovations 2/2



Nature des innovations non prises en compte, même en cas de respect du scope produits et du timing définis

- Les innovations MDD
- Les références promotionnelles
- Les rénovations de produits / gammes via changement d'EANs
- Les extensions d'une gamme existante : nouveau parfum, nouveau poids, nouveau format, nouvelle recette, ajout d'un bénéfice au produit existant
- Les relancements de marque / gamme si pas de refonte intégrale du mix en substitution de l'ancien, ou retour en rayon après moins de 5 ans d'absence

En cas de litige et afin de préserver l'objectivité de cette étude, NielsenIQ se réserve le choix de prise en compte ou non de l'innovation, après consultation de ses experts référents sur la catégorie en question, et sur la base des innovations déclarées par ses industriels partenaires.

Méthodologie



Contacts : Laura LECUYER , Antoine MOLLIER

