

53%
trouvent que la capacité
d'innovation de la grande distribution
a augmenté en 2017 vs 2016

75%
estiment que les industriels
ont une forte capacité d'innovation

49%
déclarent que
l'industrie française
est en pointe
en matière
d'innovation

L'innovation décryptée par les retailers

Quelle est la capacité d'innovation des distributeurs et des industriels ? Quels sont les facteurs de réussite et les freins ? Les rayons les mieux notés et les enseignes les plus performantes ? Les réponses au travers d'une enquête menée par LSA en partenariat avec Henkel.

Le masque EasyBreath de Decathlon, l'iPhone X d'Apple, la gamme d'hygiène-beauté Cosmia d'Auchan, la marque C'est qui le patron?!, les biscuits B-ready de Nutella, le handspinner... Voici quelques-unes des innovations jugées les plus marquantes en 2017 par les retailers.

Interrogés dans le cadre d'une enquête réalisée par LSA en partenariat avec Henkel, les distributeurs estiment, malgré la bataille des prix, la guerre des promotions et le contexte de morosité ambiante, que l'innovation est bien présente dans l'univers de la grande consommation. Les industriels sont ainsi jugés à une large majorité innovants mais – car il y a un mais – les sondés mettent en lumière le «*trop-plein d'innovations qui n'en sont pas*». Un terme utilisé à outrance, ce qui se révèle totalement contreproductif.

Pour autant, 88 % croient qu'il est encore possible de proposer des innovations de rupture dans la grande distribution. Et de livrer des pistes autour du développement durable et du ser-

vice, qui sont déjà et seront encore plus à l'avenir de vrais leviers de différenciation et de réussite commerciale. Pour ce faire, l'étude révèle que le meilleur moyen pour les grands groupes industriels d'y arriver est, à presque 50 %, de s'appuyer sur les start-up, loin devant les consommateurs (34 %) et les cellules R&D en interne, qui ne sont qu'à 9 %. Impressionnant et riche d'enseignements pour tous les acteurs qui ont d'ores et déjà noué des partenariats avec les start-up...

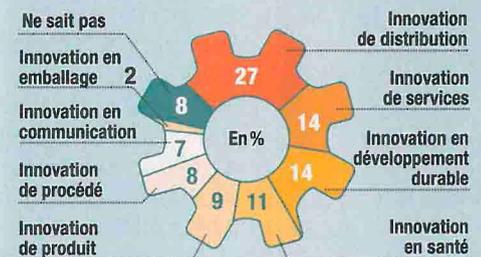
Les spécialistes en place

Parmi les facteurs de réussite, le choix du canal de distribution est également mis en avant. Les magasins spécialisés ressortent comme les mieux placés avec l'e-commerce et l'hypermarché, seulement en troisième position. Pas tellement étonnant, dans ces conditions, de retrouver en tête du podium des enseignes les plus innovantes Decathlon et Amazon. Bien loin devant la première GSA, Carrefour en l'occurrence, qui se positionne à la huitième place, devant Monoprix, Auchan et E.Leclerc. ■

FLORENCE BRAY

PLACE AUX NOUVEAUX MODES DE DISTRIBUTION

Au cours des douze derniers mois, dans quel domaine la grande distribution a-t-elle connu les innovations les plus impactantes ?



RÉPONDRE À UN BESOIN, LA CONDITION SINE QUA NON DU SUCCÈS

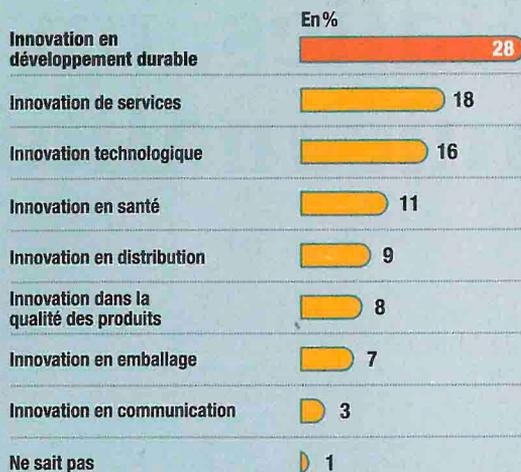
Selon vous, quels sont les facteurs de réussite d'une innovation produit ?



88% pensent qu'il est encore **possible de proposer des innovations de rupture** dans la grande distribution

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE OUVRE LE CHAMP DE POSSIBLES

À quel niveau les innovations de rupture peuvent-elles encore se situer ?



ATTENTION AUX FAUSSES INNOVATIONS

Selon vous, quel facteur constitue le principal frein à l'innovation produit ?



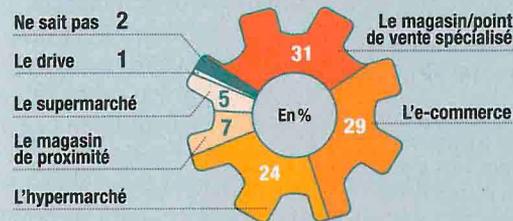
DECATHLON CONFORTE SON STATUT D'ENSEIGNE INNOVANTE

Parmi les enseignes suivantes, lesquelles promeuvent le mieux les innovations ?



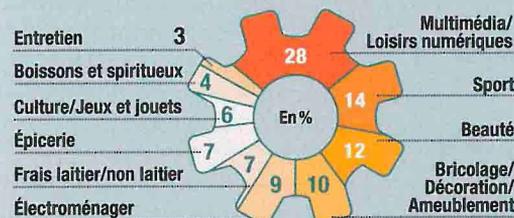
LES SPÉCIALISTES ET L'E-COMMERCE ONT LA COTE

Quel est le meilleur réseau pour lancer une innovation ?



LE MULTIMÉDIA EN POINTE

Quels sont les rayons où les industriels sont les plus innovants ?



© MIGUEL NAVARRO / GETTY IMAGES



MÉTHODOLOGIE

Henkel s'est associé à LSA pour mener une étude, réalisée par B2B Intelligence, sur l'innovation dans la grande distribution et la façon dont elle est perçue par les retailers. L'enquête a été réalisée par internet, du 4 au 29 septembre 2017, auprès de 204 décideurs de la grande distribution (points de vente, sièges de sociétés de distribution, centrales d'achats...).