

# Qui sont les champions 2017 de la croissance ?

Nielsen nous livre le classement des industriels qui ont enregistré en 2017 les plus fortes croissances de chiffre d'affaires en relatif et en absolu. Un palmarès dévoilé en exclusivité pour LSA.

## LES LEVIERS DU SUCCÈS

- **Être présent** sur des catégories porteuses comme le frais non laitier, le snacking, le bio, le local...
- **Ne pas tomber** dans une dépendance à la promo et miser sur son

activité fond de rayon.  
 ■ **Travailler l'ensemble** des circuits, les hypers et supers, bien sûr, mais aussi le drive et la proximité, qui sont de vrais relais de croissance.

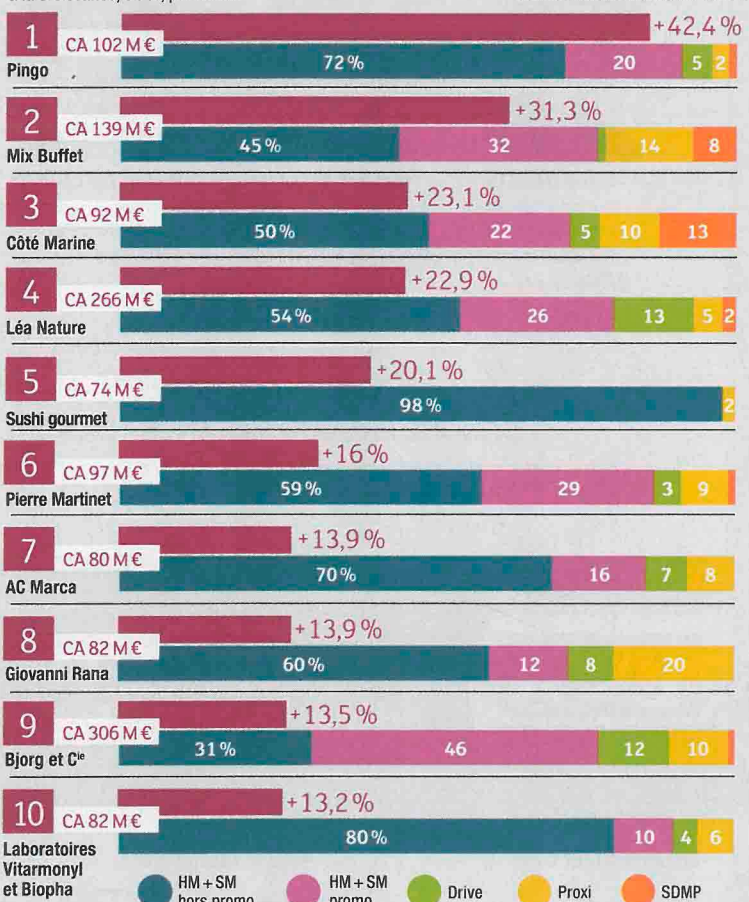
**C**e sont des classements dans lesquels tous les fabricants des PGC-FLS rêvent de figurer. Établis sur la base des plus fortes évolutions en valeur, pour le premier, et des plus gros gains de chiffre d'affaires, pour le second, les deux tops 10 établis par Nielsen révèlent qui sont les industriels gagnants de 2017. Avec quelques surprises, dont la place de numéro un du premier classement, qui revient à Pingo (+ 42,4 %). Ce spécialiste du poulet d'origine belge, fournisseur des rayons boucherie/traiteur des enseignes, a bénéficié d'un effet mécanique lié à sa montée en puissance chez les distributeurs. Il n'empêche, le succès est là, construit, qui plus est, sur une croissance hors promo.

C'est d'ailleurs un point commun des fabricants de ce premier top 10. Ça, et le fait d'être pour l'essentiel des PME. Plus facile, en effet, de réaliser des progressions à deux chiffres quand on réalise 100 millions d'euros de CA que lorsqu'on frôle le milliard. « *Ce top 10 est trusté par des petits faiseurs qui ont une croissance saine et évoluent sur des marchés porteurs comme le frais non laitier, le snacking, le bio* », confirme Emmanuel Fournet, directeur analytique des services à la distribution de Nielsen France. Ainsi, six acteurs de ce top 10 sont issus du frais non laitier. En deuxième position, Mix

## À Pingo la palme de la plus forte croissance en valeur

Top 10 des fabricants dont le CA a le plus progressé en % en 2017 et répartition des contributions à la croissance, en %, par circuit

Source : Nielsen Scantrack P13 2017



Buffet officie avec brio sur le traiteur et le snacking, qu'il alimente en nouveautés – 23 références pour 2017 – et en concepts originaux, comme le Buddha Bowl. « *2017 n'a pas été marquée par plus d'innovations mais les lancements opérés ont particulièrement bien fonctionné* », souligne Stéphanie Lis, directrice marketing et communication de Mix Buffet.

Pingo est l'industriel dont le chiffre d'affaires a le plus progressé en pourcentage en 2017, à +42,4 %. 72 % de cette croissance s'est faite en fond de rayon en HM+SM, 20 % sous promotion, 5 % en drive, 2 % en proxi et 1 % en SDMP.

Évoluant sur un marché du DPH en difficulté, deux acteurs se sont fait une place dans ce top 10. AC Marca tout d'abord, porté par Sanytol, spécialiste de la désinfection, qui poursuit son développement au rayon hygiène comme au rayon entretien. « Sanytol contribue majoritairement à cette croissance du chiffre d'affaires du groupe en France. Toutefois, notre marque de solaires Écran a aussi réalisé une excellente année et quasi doublé son chiffre d'affaires », confie Jean Chanas, directeur général d'Ideal, filiale française d'Ac Marca. Excellente année aussi pour les Laboratoires Vitarmonyl et Biopha. « Le top 5 des innovations sur le marché des compléments alimentaires sont des produits Vitarmonyl, assure Nicolas Roussel, directeur commercial des Laboratoires Vitarmonyl. Et les trois marques de Biopha affichent de très belles croissances : + 21 % pour Biolane, + 51 % pour Naturé Moi et + 29 % pour Biopha Nature. »

### Toujours innover

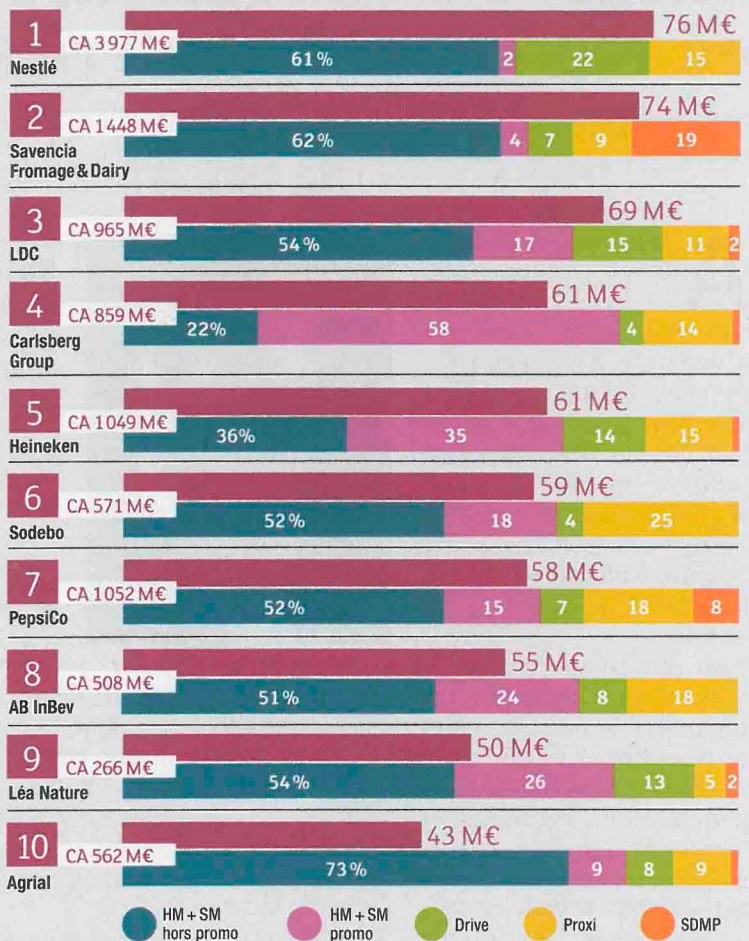
Moins surprenante, la présence de Bjorg et Compagnie à la neuvième place. « 2017 est une très belle année, dans la continuité des dix précédentes, car nos marques bio Bjorg, Alter Eco et Clipper sont des pionnières du changement alimentaire qui s'impose progressivement à tous », explique Daniel Tirat, DG de Bjorg, Bonnetterre et Compagnie. Un credo déployé brillamment également par Léa Nature, seul fabricant présent dans les deux classements. « Cette performance récompense nos efforts de premier investisseur dans la production bio locale, avec 12 sites de fabrication en France. 100 millions d'euros vont être investis entre début 2017 et 2020 avec la création de cinq nouveaux sites, des extensions et, si tout va bien, 500 créations d'emplois qui pourraient s'ajouter aux 1 310 salariés actuels », commente Charles Kloboukoff, le président fondateur.

Une belle percée, donc, dans ce classement en évolution absolue tenu cette année par Nestlé, qui a engrangé 76 millions d'euros supplémentaires pour un chiffre d'affaires qui frôle les 4 milliards. Le tout avec un poids de la promo extrêmement faible (2 %) et une contribution notable du drive (22 %). Une croissance sur tous les circuits et tous ses marchés, tels sont également les moteurs de la croissance de Sodebo (+ 23 millions d'euros pour les sandwiches, + 27,5 millions d'euros pour les salades, + 11,7 millions d'euros pour les box, + 3,2 millions d'euros pour les pizzas). « Sodebo est une marque ultraperformante grâce à un fond de rayon puissant mais aussi à des innovations pérennes dans le temps », souligne

### Nestlé gagne 76 M € et conforte sa place de leader

Top 10 des fabricants dont le CA a le plus progressé en millions d'euros en 2017 et répartition des contributions à la croissance, en %, par circuit

Source : Nielsen Scantrack P13 2017



Nestlé est l'industriel dont le chiffre d'affaires a le plus progressé en valeur absolue en 2017, à +76 millions d'euros. 61% de cette croissance s'est faite en fond de rayon en HM+SM, 2% sous promotion, 22% en drive et 15% en proxi.

« 2017 marque l'avènement des PME. Au-delà, on constate que les gagnants ont une croissance saine et progressent hors promo. »

Emmanuel Fournet, directeur analytique des services à la distribution de Nielsen France

le vendéen. Qui rappelle que trois innovations Sodebo sont dans le top 15 des meilleurs lancements food et boissons sans alcool depuis 2009. En troisième position, LDC se distingue dans un contexte plus compliqué. « Face à la montée du flexitarisme et du food bashing, le groupe parvient à rééditer ses performances (+ 69 millions d'euros l'année dernière). Nous satisfaisons les nombreuses attentes des Français via une production locale, 5 800 éleveurs en filière et nos cinq marques nationales en origine France », commente le groupe. Déjà présents l'an dernier au même titre que PepsiCo, Agria, LDC et Sodebo, Ab InBev et Heineken, rejoints cette année par Carlsberg, profitent quant à eux d'une tendance durable autour de la bière, alimentée par un formidable travail d'innovation. À l'image de Tourtel Twist, dont la déclinaison framboise s'affiche, selon Nielsen, comme le meilleur lancement des alcools en 2017, classement dans lequel figurent six marques de bières. Un raz de marée... ■ FLORENCE BRAY, avec la rédaction