

LES DOSSIERS

GRANDE CONSO



L'Observatoire de l'Origine France

[NOVEMBRE 2015]

L'Observatoire de l'Origine France

[NOVEMBRE 2015]

Sommaire

Ambition et méthodologie de l'étude	p. 3
Exemples de relevés	p. 5
Les magasins visités	p. 13
Ce qu'il faut retenir...	p. 14
Résultats par catégories de produits	p. 20
Résultats par enseignes	p. 58



Une base de données photos est disponible sur simple demande à olivier@olivierdauvers.fr

L'AMBITION DE L'ÉTUDE

Alors que l'origine France des produits agricoles a été au cœur de l'actualité cet été, **nous avons voulu mesurer la réalité des approvisionnements des enseignes et des marques sur quelques produits phares de l'univers alimentaire.**

Dit de manière encore plus directe : les marques et les enseignes se fournissent-elles en matière première française ? Produisent-elles en France ? Et, surtout, le revendiquent-elles ?

Comment avons-nous procédé ?

Pour ce faire, nous avons relevé les informations présentes on-pack pour 24 catégories de produits avec, à chaque fois, des observations sur les trois niveaux de gamme : premier prix, MDD cœur de marché* et marque(s) nationale(s). Soit un nombre total d'observations supérieur à 2 000.

Le choix des catégories a été guidé par la volonté de couvrir une palette large de l'alimentaire, de choisir des références à fort volume, tout en identifiant des produits sur lesquels la "Ferme France" est fortement productrice de matière première : lait pour les produits laitiers, viande de bœuf pour les steaks hachés et plats élaborés, viande de porc pour les charcuteries, blé pour les pâtes alimentaires ou la farine, etc.

Trois magasins ont été visités par enseigne (voir liste page suivante)

* Les MDD premium (Reflète de France, Nos Régions ont du Talent, etc.) ont été volontairement exclues du champ de l'étude car la "terroirisation" de leur proposition est induite.

LES CATÉGORIES ÉTUDIÉES

L'INGRÉDIENT TRACÉ

Lait UHT 1/2 écrémé	>	Lait
Crème fraîche épaisse	>	Lait
Beurre doux	>	Lait
Emmental râpé	>	Lait
Crème dessert au chocolat	>	Lait
Jambon supérieur DD	>	Viande de porc
Lardons nature	>	Viande de porc
Rillettes pur porc	>	Viande de porc
Quiche lorraine surgelée	>	Viande de porc
Cassoulet	>	Viande de porc
Blanc de poulet	>	Viande de poulet
Steaks hachés surgelés	>	Viande de bœuf
Burgers surgelés	>	Viande de bœuf
Lasagnes à la bolognaise surgelées	>	Viande de bœuf
Hachis parmentier surgelé	>	Viande de bœuf
Ravioli pur bœuf	>	Viande de bœuf
Spaghetti	>	Blé
Farine T45	>	Blé
Biscuit petit beurre	>	Blé
Purée en flocons	>	Pomme de terre
Haricot vert extra-fins appertisés	>	Haricot vert
Confiture abricot	>	Abricot
Pur jus de pomme (à défaut ABC)	>	Pomme
Compote de pomme	>	Pomme

CE QUE NOUS AVONS OBSERVÉ...

sur la base des informations présentes on-pack

Le lieu de production

(pays, région)

L'origine de la matière

(pays, région)

Pour chacune des informations, **nous avons aussi déterminé si elle était "clairement revendiquée"** : mise en face avant du pack, mise en exergue (picto, label...), etc.

Bref, si elle était une information à laquelle le client pouvait avoir aisément accès au moment de l'achat.

Exemples pages suivantes 

LARDONS FUMÉS

25% DE SEL EN MOINS* 2 X 100 G

QUALITÉ SUPÉRIEURE

ÇA LEUR APPRENDRA À SE SENTIR SUPÉRIEURS

A CONSERVER ENTRE 0°C ET +4°C.
A CONSOMMER APRÈS CUISSON.
A CONSOMMER JUSQU'AU /N° DE LOT:

23 03 2015
L477097/G P

A CONSERVER ENTRE 0°C ET +4°C.
A CONSOMMER APRÈS CUISSON.
A CONSOMMER JUSQU'AU /N° DE LOT:

23 03 2015
L477097/G P

SUGGESTION DE PRÉSENTATION

SUGGESTION DE PRÉSENTATION

LARDONS FUMÉS DE QUALITÉ SUPÉRIEURE

INGRÉDIENTS : poitrine de porc - sel - acidifiants : lactate de potassium et diacétate de sodium - dextrose - antioxydant : érythorbate de sodium - conservateur : nitrite de sodium. Fumage au bois de hêtre.
CONDITION DE CONSERVATION : à consommer maximum 48 heures après ouverture.

Conditionné sous atmosphère contrôlée.
Elaboré en France. Porc origine UE.
Ces barquettes ne peuvent être vendues séparément.

* Par rapport aux lardons supérieurs du marché.

INFORMATIONS NUTRITIONNELLES MOYENNES POUR 100 G

Energie	1009 kJ 243 kcal
Matières grasses dont saturées	19 g 6,6 g
Glucides dont sucres	1 g 0,7 g
Protéines	17 g
Sel	1,9 g

PENSEZ AU TRI!

barquette et opercule plastique à jeter

consigne pouvant varier localement
> www.consignesdetri.fr
valable uniquement pour la France.

ID=A3

SERVICE CLIENTS MONOPRIX

N° Vert 0 800 08 4000

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

Distribué par MONOPRIX

92116 Clichy Cedex

200 g (2 x 100 g)

www.monoprix.fr
FR
44.180.004
CE

EMB 44180C



Produit "made in France" identifié



Avec revendication claire



Matière 1^{ère} origine France annoncée



Avec revendication claire

Code emballeur qui "signe" l'origine France + mention "élabo-
ré en France" en face avant

10 STEAK HACHES

SURGELES/DIEPVRIES/GEFROREN

A consommer de préférence avant le :
Ten minste houdbaar tot :
Mindestens haltbar bis :

laboré en France
efabriceerd in Frankrijk
ergesteld in Frankreich

ELABORE-SURGELE EN FRANCE LE 21.04.15
DLUO 20.04.16 ORIGINE ITALIE LI-2 11:26

Produit
"made
in France"
identifié



Avec
revendication
claire



Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée



Avec
revendication
claire

Origine de la matière non française.
Lieu de production France annoncé mais
non revendiqué clairement (face arrière)

POIDS NET : 1K
NETTOGEWICHT : 1K
FULLMENGE : 10X1

Casino

HARICOTS VERTS EXTRA-FINS

CONSERVATION

A conserver à température ambiante à l'abri de l'humidité et des variations de température. Après ouverture, conserver dans un récipient approprié et à consommer dans les 48h.

A consommer dans les 48h de la date de fabrication. Contenance : 850 ml Poids net total : 800 g Poids net égoutté : 440 g

HARICOTS VERTS EXTRA-FINS

CONSERVATION

A conserver à température ambiante à l'abri de l'humidité et des variations de température. Après ouverture, conserver dans un récipient approprié et à consommer dans les 48h.

A consommer dans les 48h de la date de fabrication. Contenance : 850 ml Poids net total : 800 g Poids net égoutté : 440 g

Revendication de la matière première



Produit "made in France" identifié



Avec revendication claire



Matière 1ère origine France annoncée



Avec revendication claire



Simple code-emballer pour identifier le site de production (ici le dans le Morbihan)





NOUVEAU
LA PASSION DES SAVEURS
Madrange
DEPUIS 1924

mon Jambon

Lieu de production en France et revendiqué (pas d'infos sur origine matière)

Que l'Essentiel

- Des ingrédients d'origine naturelle (du jambon, un bouillon de légumes, une pointe de sel, une touche de sucre)
- Un ferment, pour préserver toutes les qualités du produit
- Sans antioxydant ajouté
- Sans conservateur ajouté

ELABORÉ EN FRANCE

- Produit "made in France" identifié ✓
- Avec revendication claire ✓
- Matière 1^{ère} origine France annoncée ✗
- Avec revendication claire

Éléments nutritifs	Pour 100g
Valeur énergétique moyennes:	456 kJ / 108 kcal
Glucides	2,5 g
Protéines	1,0 g
Lipides saturés	0,4 g
Lipides totaux	0,4 g
Sels	21 g
Proteines	1,8 g

Conditionné sous atmosphère protectrice.
A conserver entre 0°C et +4°C.
A consommer rapidement après ouverture.
Service consommateurs :
MADRANGE - CS40138 Feytiat - 87004 Cedex 1
www.madrangefr

Ingrédients : Jambon de porc frais, bouillon de légumes, sel, sucre de canne, ferments.

Qualité supérieure
FR 87-0663-001 CE

BARQUETTE ET FILM PLASTIQUE A JETER
L'EMBALLAGE POUVANT VARIER LOCALEMENT
> WWW.CONSIGNESDETRI.FR

OUVRIRE



4 TRANCHES



Produit
"made
in France"
identifié



Avec
revendication
claire



Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée



Avec
revendication
claire

Que signifie la
carte de France,
vue du client ?
Matière
première ?
Usine ?
Revendication
non claire !



et viande (22%) : saucisses fumées
et saucisson (viande de porc, eau,
viande de dinde, couenne de porc,
maigre de tête de porc, farine de
blé, gras de porc, fibres de pois,
sel, protéines de soja, gélifiant :
E407a, stabilisants : E450, E452,
conservateurs : E250, E316, protéines
de lait), épaule de porc préparée en
salaison (eau, sel, stabilisants : E451,
E452, conservateur : E250)

Viande annoncée
d'Union Européenne

Contient : gluten de blé, soja, lait.
Viande d'Origine Union Européenne.

date inscrite sur l'un des couvercles.
Après ouverture à conserver 48h max
à 4°C.

FR
77.438.001
CE

Code emballeur
qui "signe"
l'origine France

POIDS NET · 420g

Produit
"made
in France"
identifié



Avec
revendication
claire



Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée



Avec
revendication
claire



Le
Prix!
gagnant

decouvert-dégraissé

4
TRANCHES

Jambon cuit de qualité supérieure
découvert dégraissé 4 tranches
INGRÉDIENTS : jambon de porc - eau - sel - dextrose -
conservateurs : ascorbate de sodium, nitrite de sodium.
CONSERVATION : à consommer rapidement après
ouverture.
A conserver
A consommer

EMB 29247



POIDS NET
200 g

Origine
"générique" UE
annoncée



Porc français
revendiqué

Valeurs énergétique et nutritionnelles moyennes	Pour 100 g	Pour 50 g
Valeur énergétique :	506 kJ 120 kcal	253 kJ 60 kcal
Matières grasses :	3,8 g	1,9 g
dont acides gras saturés :	1,5 g	0,8 g
Glucides :	0,7 g	Traces
dont sucres :	0,7 g	Traces
Protéines :	20,8 g	10,4 g

PENSEZ
AU TRI!
barquette et
film plastiques
à jeter
consigne peuvent
varier localement
> www.consignesdefr.fr
valable uniquement
pour la France

le produit contient
Porc origine UE.
Conditionné sous



Code emballeur
qui "signe"
l'origine France

JOKER

Pur Jus

- Produit "made in France" identifié ✓
- Avec revendication claire ✓
- Matière 1^{ère} origine France annoncée ✓
- Avec revendication claire ✓

JOKER

Le Pur Jus

RÉCOLTES de nos RÉGIONS

Pomme

Avec Joker Le Pur Jus Récoltes de nos régions, nous nous engageons à favoriser l'économie locale et à limiter les kilomètres par le verre.

Revendication de la matière première

Les pommes sont récoltées en France auprès de producteurs de nos régions, rassemblés en coopérative. Elles sont ensuite pressées à Domagné en Bretagne, immédiatement après la récolte.

Revendication du lieu de production

L'embouteillage du jus a lieu à Mâcon dans notre usine Joker, au coeur de la Bourgogne.

Lait

stérilisé U.H.T
demi-écrémé



Du lait tout simplement !



LAIT GOURMAND
/2 Écrémé 6 x 1 litre



Par les éleveurs de notre coopérative



1L

Lait

stérilisé U.H.T
demi-écrémé



Du lait tout simplement !



Par les éleveurs de notre coopérative

En un seul logo, double revendication : origine de la matière première et lieu de production

Produit "made in France" identifié



Avec revendication claire



Matière 1^{ère} origine France annoncée



Avec revendication claire



LES 33 MAGASINS VISITÉS



Bruz, Chinon, Janzé



Hautepierre, Villeneuve d'Ascq, Bordeaux



Rennes Alma, Vitrolles, Paris



Pacé, Mundolsheim, Arcueil



St Grégoire, Tourcoing, Villenave d'Ornon



Rennes, Bordeaux, Marseille



Paris, Rennes, Vitrolles



St-Grégoire, Schiltigheim, Léognan



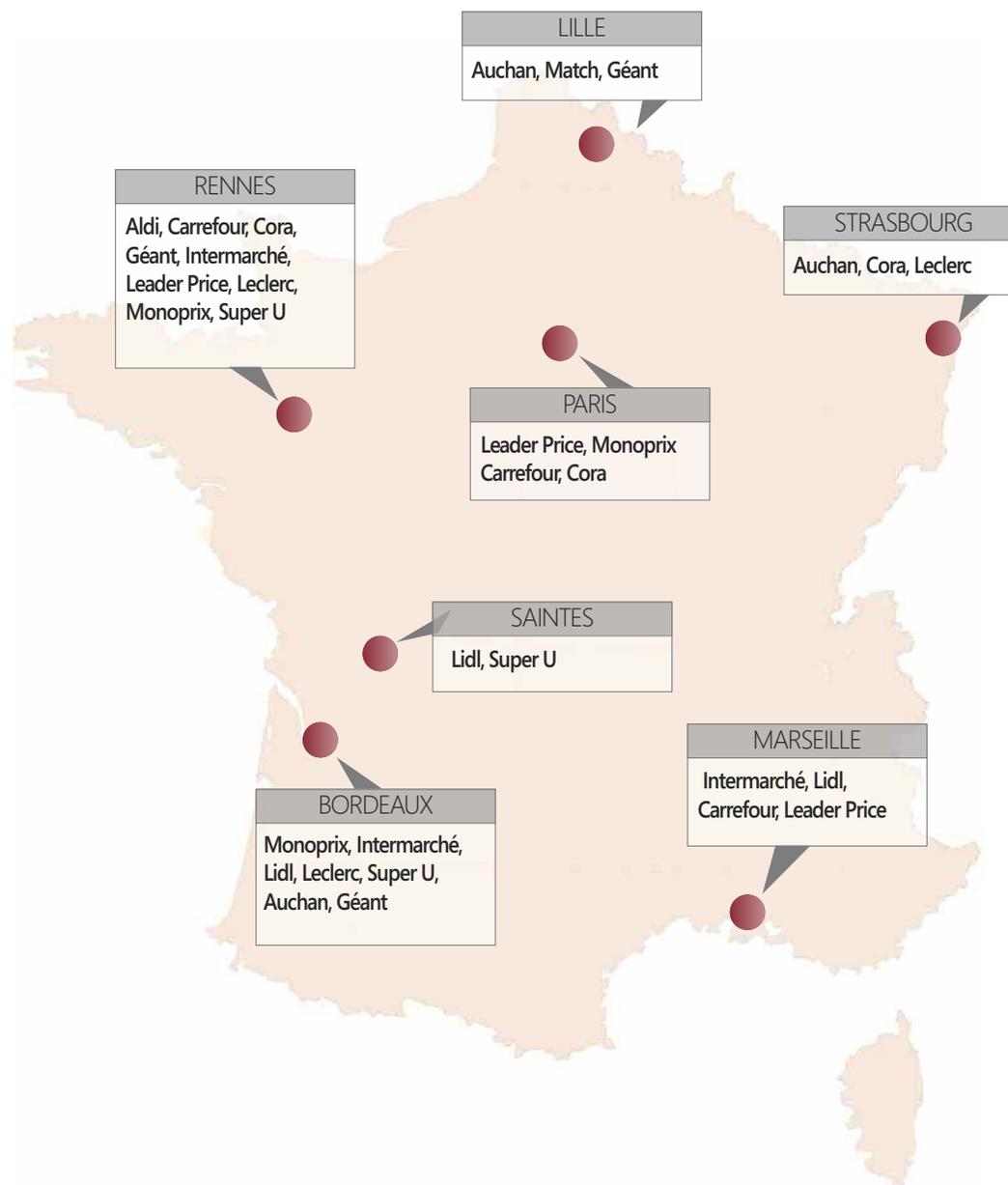
Rennes, Bordeaux, Saintes



Rennes, Bordeaux, Paris



Rennes, Léognan, Gémozac



CE QU'IL FAUT RETENIR...

La revendication de l'origine France, tant en ce qui concerne le lieu de fabrication que l'origine de la matière première, **est encore une pratique minoritaire...**

sur le lieu de fabrication

76 %

des produits observés ont pu être identifiés **"made in France"**
(souvent uniquement en déchiffrant le "code emballer")

mais...

8 %

seulement revendiquent clairement le **"made in France"**

La revendication de l'origine France, tant en ce qui concerne le lieu de fabrication que l'origine de la matière première, **est encore une pratique minoritaire...**

sur le lieu de fabrication

76 %

des produits observés ont pu être identifiés "**made in France**"
(souvent uniquement en déchiffrant le "code emballeur")

mais...

8 %

seulement revendiquent clairement le "**made in France**"

sur l'origine de la matière première

39 %

des produits observés annoncent l'**origine française de la matière première**

et...

35 %

revendiquent clairement l'origine française de la matière première

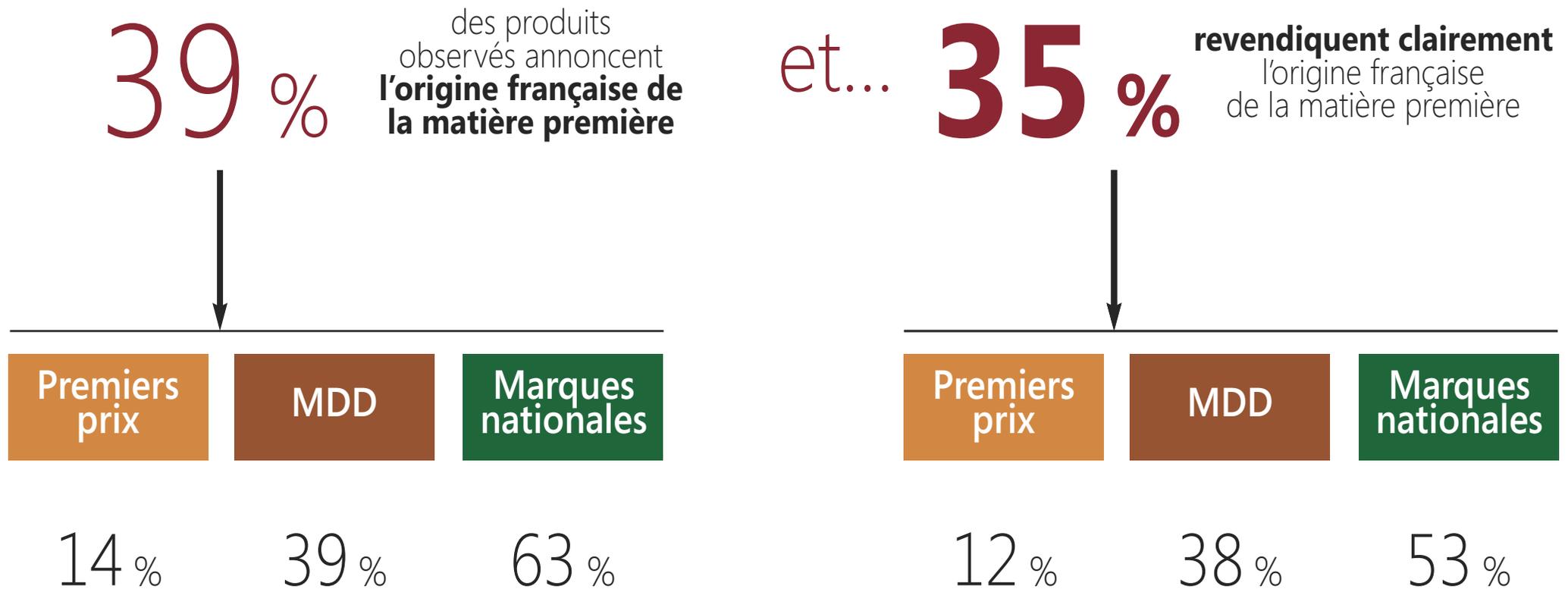
Quelles différences entre marques nationales, marques de distributeurs et premiers prix ?

sur le lieu de fabrication



Quelles différences entre marques nationales, marques de distributeurs et premiers prix ?

sur l'origine de la matière première



CE QU'IL FAUT RETENIR EN 3 IDÉES

La revendication de l'origine France, tant en ce qui concerne le lieu de fabrication que l'origine de la matière première, **est encore une pratique minoritaire...**

Les marques nationales sont les mieux-disantes : qu'il s'agisse de lieu de production ou de matière première, elles sur-performent systématiquement les MDD et plus encore les premiers prix.

Côté enseignes (voir le tableau synthétique p. 70), **2 distributeurs se détachent : Carrefour et Intermarché.**

RÉSULTATS PAR CATÉGORIES DE PRODUITS

Pour chaque catégorie, a été tracé l'ingrédient principal ou le plus symbolique :
le porc pour le jambon ou le cassoulet, le bœuf pour le hachis parmentier, etc.



INGRÉDIENT
TRACÉ

LE LAIT

LAIT UHT 1/2 ÉCRÉMÉ



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	91 %	100 %	100 %	96 %
Avec revendication claire	15 %	10 %	–	8 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	77 %	76 %	100 %	79 %
Avec revendication claire	77 %	76 %	60 %	71 %

La quasi totalité du lait est annoncé made in France (quelques exceptions près des frontières pour le premier prix : Géant à Tourcoing propose du lait belge, Leclerc à Schiltigheim du lait allemand). Mais la revendication du conditionnement en France est rare. La revendication porte plutôt sur l'origine de la matière première).

CRÈME FRAÎCHE ÉPAISSE



Premiers
prix

MDD

Marques
nationales

Total

Produit
"made
in France"
identifié

100 %

100 %

100 %

100 %

Avec
revendication
claire

18 %

10 %

30 %

20 %

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

9 %

50 %

54 %

38 %

Avec
revendication
claire

9 %

50 %

24 %

27 %

Tous les produits observés sont made in France. Mais une minorité le revendique vraiment.

BEURRE DOUX



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	100 %	100 %	100 %	100 %
Avec revendication claire	–	10 %	22 %	10 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	20 %	17 %	14 %
Avec revendication claire	–	20 %	–	8 %

La totalité des produits observés sont élaborés en France. Mais la revendication de l'origine France (tant du lieu de fabrication que du lait) est très faible.

EMMENTAL RÂPÉ



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	73 %	93 %	100 %	88 %
Avec revendication claire	15 %	54 %	37 %	34 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	24 %	71 %	55 %	48 %
Avec revendication claire	21 %	54 %	33 %	36 %

En premiers prix, quelques produits viennent d'Allemagne, notamment au sein du groupe Casino : Géant, Leader Price et Monoprix.

CRÈME DESSERT CHOCOLAT



Premiers
prix

MDD

Marque
nationale

Total

Produit
"made
in France"
identifié

100 %

89 %

100 %

93 %

Avec
revendication
claire

—

—

—

—

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

—

11 %

—

3 %

Avec
revendication
claire

—

11 %

—

3 %

Parce que
VOTRE TEMPS
est **PRÉCIEUX**

Une fois par mois



20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO/CONSO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco
Achats des ménages - Tendances conso
Etudes socio

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :
résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

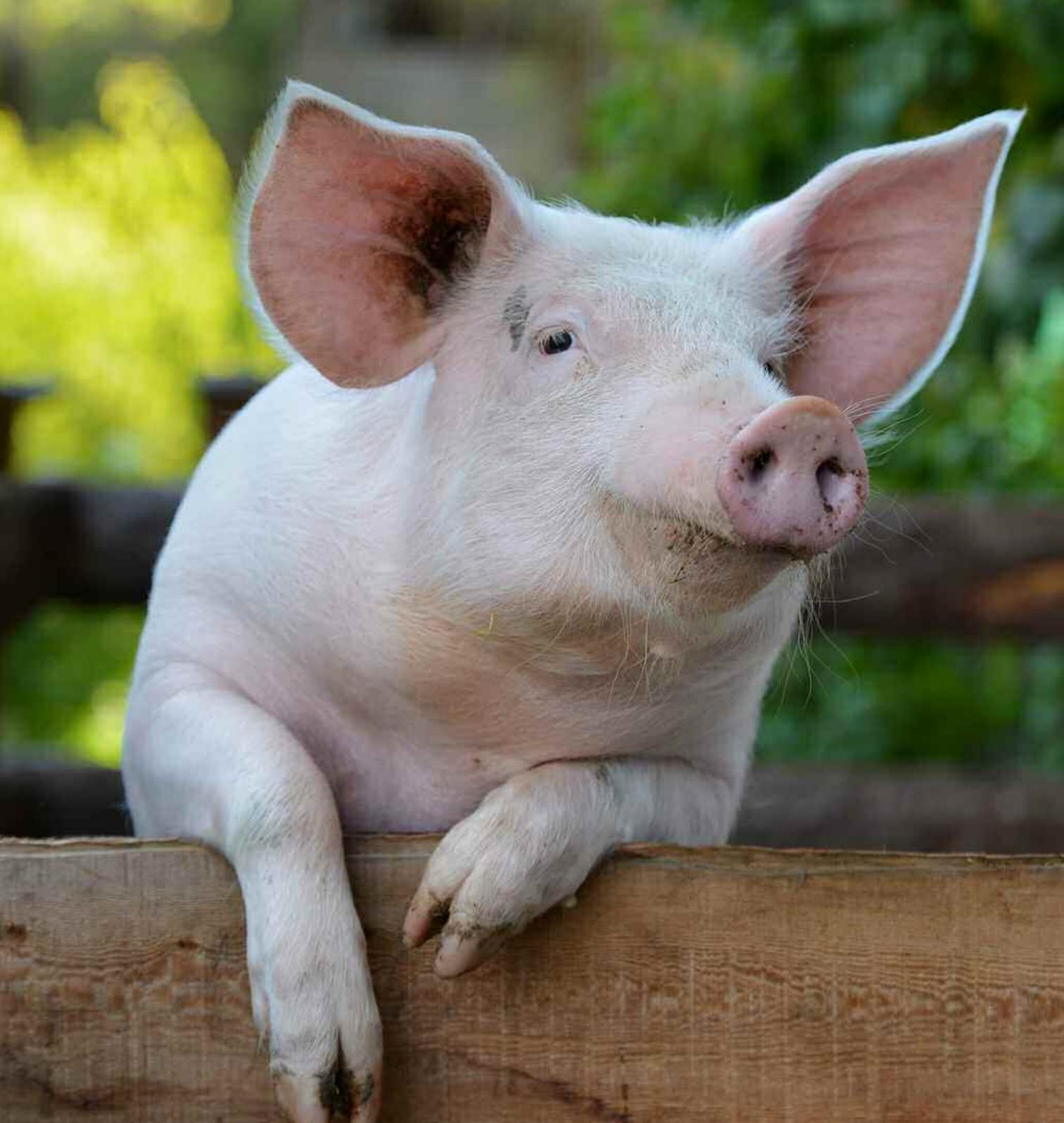
Le suivi des principales enseignes
européennes et mondiales.

Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

olivier@olivierdauvers.fr



éditions
DAUVERS



INGRÉDIENT
TRACÉ

VIANDE
DE **PORC**

JAMBON SUPÉRIEUR DD



Premiers
prix

MDD

Marques
nationales

Total

Produit
"made
in France"
identifié

78 %

100 %

100 %

93 %

Avec
revendication
claire

–

–

6 %

2 %

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

41 %

73 %

64 %

59 %

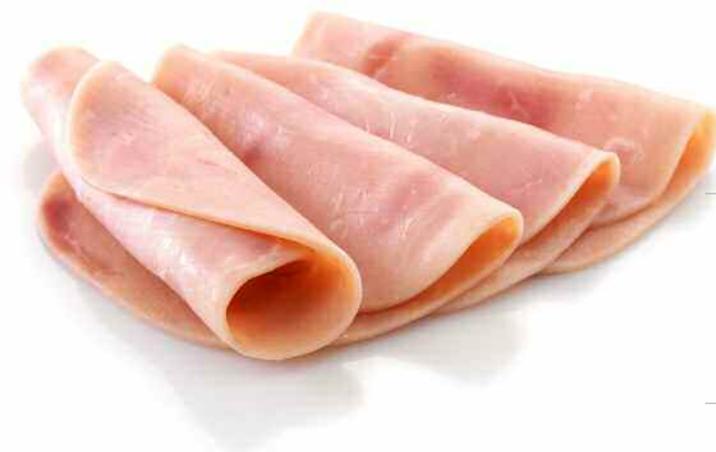
Avec
revendication
claire

38 %

73 %

64 %

58 %



Carton plein pour la production française pour les MDD et les marques nationales. Quelques exceptions pour les premiers prix, notamment la gamme self-discount d'Auchan. Pour la matière première, les MDD sont mieux-disantes que les MN qui annoncent souvent "Porc d'origine UE".

LARDONS NATURE



Premiers
prix

MDD

Marque
nationale

Total

Produit
"made
in France"
identifié

100 %

100 %

100 %

100 %

Avec
revendication
claire

—

—

—

—

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

44 %

41 %

—

33 %

Avec
revendication
claire

34 %

41 %

—

29 %



Tous les lardons relevés pour l'étude étaient fabriqués en France. En revanche, l'origine est rarement France garantie. Parfois, c'est contre-intuitif. Exemple chez Auchan et Monoprix où les premiers prix observés étaient avec une matière première française mais pas les MDD.

RILLETTES PUR PORC



	Premiers prix	MDD	Marque nationale	Total
Produit "made in France" identifié	89 %	100 %	100 %	95 %
Avec revendication claire	22 %	–	–	8 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	33 %	100 %	39 %
Avec revendication claire	–	33 %	–	12 %

Très grande majorité de production française pour la rilette (95 %). En revanche, la revendication de l'origine France est rare. Sans doute en raison de la nécessité d'utiliser spécifiquement des cochons (plus rares sur le marché que le porc).

QUICHE LORRAINE SURGELÉE



Premiers
prix

MDD

Marque
nationale

Total

Produit
"made
in France"
identifié

–

100 %

100 %

93 %

Avec
revendication
claire

–

–

100 %

36 %

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

–

11 %

100 %

60 %

Avec
revendication
claire

–

11 %

100 %

60 %

Marie est clairement une "best-practice" de cet Observatoire avec un sans-faute tant sur la communication du lieu de production que de l'origine de la matière première.



CASSOULET



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	100 %	100 %	100 %	100 %
Avec revendication claire	—	—	—	—
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	—	10 %	49 %	21 %
Avec revendication claire	—	10 %	49 %	21 %

Tous les produits observés sont fabriqués en France. Mais à peine un sur cinq revendique l'origine française du porc utilisé.

Abonnement	S'engager/militer	Promotion, théâtralisation
Commerce de flux	Événementialisation	Ré-humaniser
Commerce participatif	Expérience-client	Relation-client
Confiance	Less is more (and go faster)	Retailtainment
Consommation durable	Local Commerce	Réseaux, médias sociaux
Coût-outil	Loyalty (et big data)	Surprendre/Etonner
Cross-canal	Perkonomics	Value for money
Distri-ration	Personnalisation	
Drive, click & collect	Préparation des achats	

25 thèmes enrichis de plus de 250 exemples in-store

Les INCONTOURNABLES du Commerce de demain

Olivier Dauvers & Frank Rosenthal

Préface de Thierry Cotillard

éditions DAUVERS

308 pages, 32 €

Disponible sur www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

Plus d'infos / Dégressifs pour commande en nombre : romain.molay@editionsdauvers.fr

VIENT DE PARAÎTRE

éditions DAUVERS

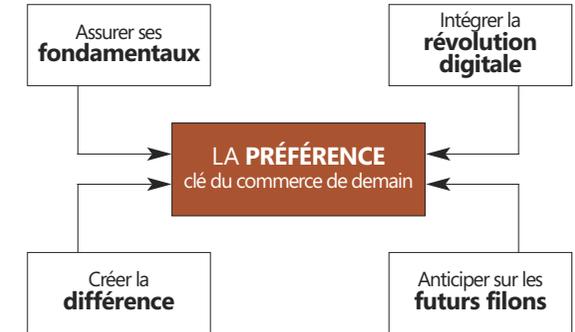
Identifier les incontournables du commerce de demain... Par principe, l'exercice est périlleux. Pour autant, le contexte dans lequel les commerçants auront à exercer demain est finalement assez aisé à décrire : exactement l'inverse de ce qu'ils ont connu depuis 30 ou 40 ans ! Au développement continu de la consommation a succédé en effet une phase de flatitude durable. Pas nécessairement une croissance zéro, mais notablement plus faible que dans les décennies précédentes. En parallèle, l'offre commerciale ne cesse de se développer, tant off-line qu'on-line.

Imaginer le commerce de demain peut se résumer en une question : **QUE METTRE EN ŒUVRE POUR ÊTRE PRÉFÉRÉ ?** Quels sont les thèmes incontournables qu'il est nécessaire d'investiguer ? Nous en avons retenu 25 qui s'articulent en quatre ambitions : assurer ses fondamentaux, intégrer la révolution digitale, créer la différence et anticiper sur les filons de demain. Ces quatre ambitions étant, dans notre vision, le préalable à toute préférence.

Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

Les 25 INCONTOURNABLES

- Confiance
- Coût-outil
- Expérience client
- Loyalty (et big data)
- Promotion, théâtralisation
- Value for money
- Commerce participatif
- Cross-canal
- Drive, Click & collect
- Préparation des achats
- Réseaux, médias sociaux



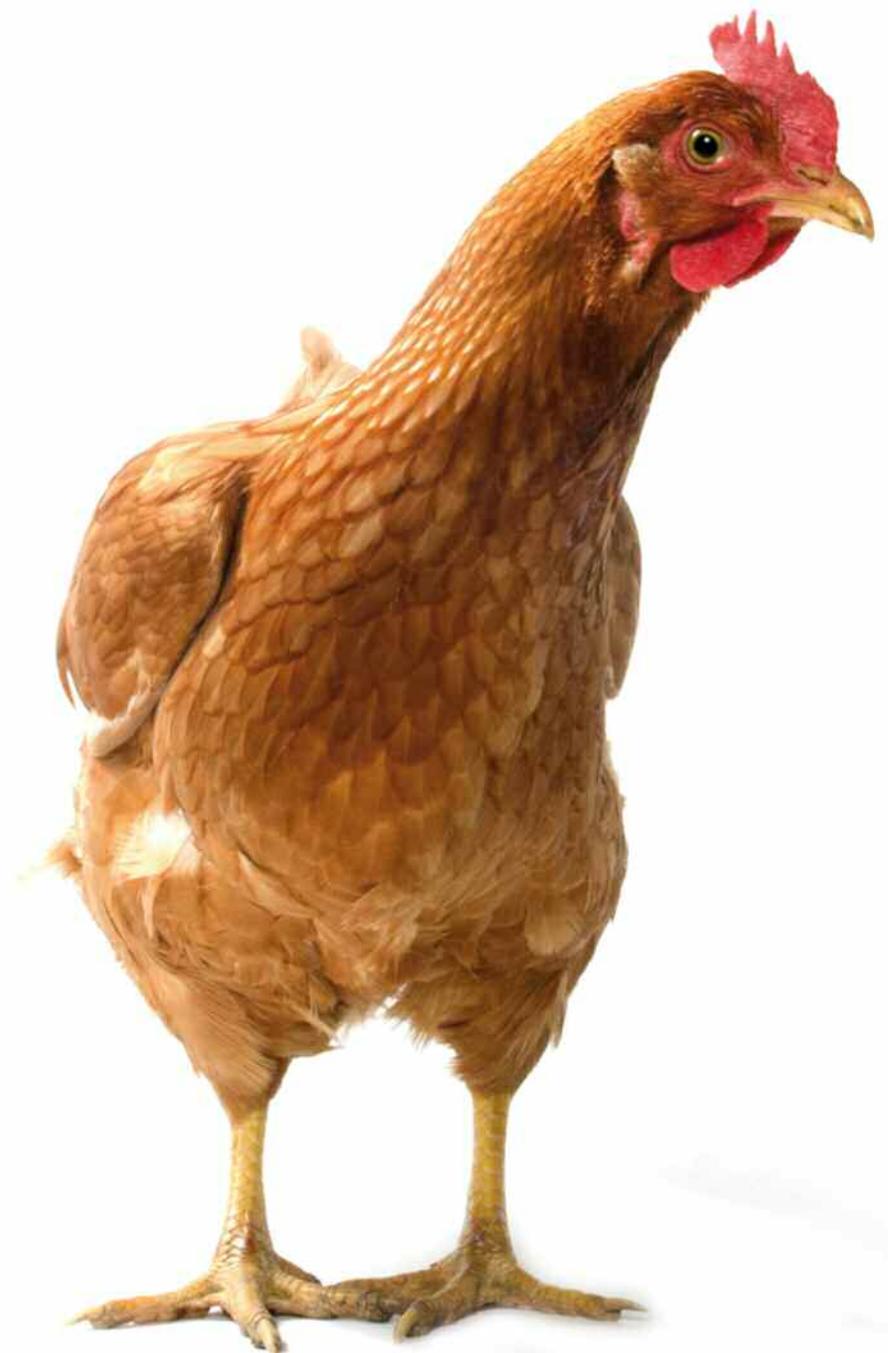
- S'engager/militer
- Perkonomics
- Personnalisation
- Relation client
- Événementialisation
- Retailtainment
- Surprendre/Etonner

- Abonnement
- Commerce de flux
- Consommation et développement durable
- Distri-ration
- Less is more (and go faster)
- Local commerce
- Réhumaniser

Un GUIDE FACILE À UTILISER

Pour chaque thème, une approche théorique (Ce que c'est ? Pourquoi c'est important ? Quels défis ? etc.) et des exemples pour alimenter votre propre réflexion.





INGRÉDIENT
TRACÉ

VIANDE
DE POULET

BLANC DE POULET



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	77 %	100 %	91 %	89 %
Avec revendication claire	–	–	9 %	3 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	10 %	20 %	11 %
Avec revendication claire	–	10 %	20 %	11 %

Une majorité de produits made in France. Mais, en premiers prix, présence remarquable de l'origine Allemagne, notamment chez Auchan, Géant et Super U.



INGRÉDIENT
TRACÉ

VIANDE DE
BŒUF

STEAKS HACHÉS SURGELÉS



	Premiers prix	MDD	Marque nationale	Total
Produit "made in France" identifié	89 %	100 %	100 %	96 %
Avec revendication claire	—	—	—	—
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	43 %	100 %	100 %	79 %
Avec revendication claire	21 %	100 %	100 %	72 %

MDD et Bigard revendiquent à 100 % l'origine française de leur viande de bœuf. Ce n'est pas le cas des premiers prix où se retrouve l'Europe de la viande avec des origines nombreuses : Irlande, Italie, Espagne, Allemagne, Pologne, etc.

BURGERS SURGELÉS



	Premiers prix	MDD	Marque nationale	Total
Produit "made in France" identifié	100 %	100 %	100 %	100 %
Avec revendication claire	–	–	–	–
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	31 %	100 %	100 %	76 %
Avec revendication claire	21 %	100 %	100 %	74 %

Là encore, carton plein pour l'origine française (et sa revendication claire) pour les burgers MDD et MN. En revanche, présence massive de viandes étrangères dans les recettes premiers prix.

LASAGNES BOLOGNAISES SURGELÉES



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	100 %	80 %	100 %	93 %
Avec revendication claire	–	–	48 %	17 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	12 %	73 %	100 %	63 %
Avec revendication claire	12 %	73 %	100 %	63 %

Une part des MDD ne sont pas made in France. C'est le cas des lasagnes Carrefour et U, élaborées au Luxembourg, mais avec de la viande d'origine française garantie.

HACHIS PARMENTIER SURGELÉ



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	100 %	80 %	100 %	94 %
Avec revendication claire	–	–	56 %	19 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	25 %	79 %	100 %	71 %
Avec revendication claire	25 %	79 %	100 %	71 %

Comme pour les lasagnes, deux enseignes sous-traitent leur hachis parmentier au Luxembourg mais avec de la viande française. Il s'agit là de Géant et Monoprix.

RAVIOLI PUR BŒUF



Premiers
prix

MDD

Marques
nationales

Total

Produit
"made
in France"
identifié

75 %

89 %

100 %

88 %

Avec
revendication
claire

–

–

–

–

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

13 %

52 %

100 %

53 %

Avec
revendication
claire

13 %

52 %

100 %

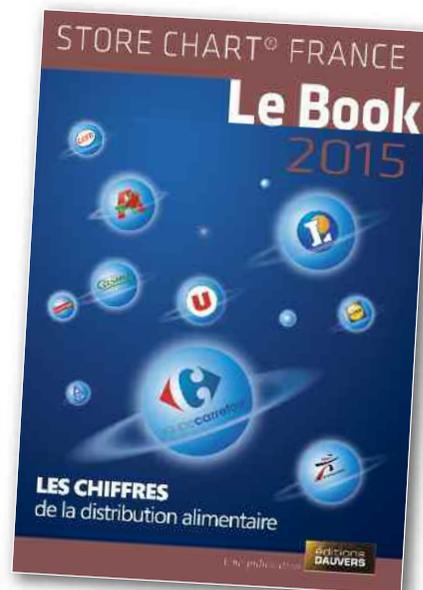
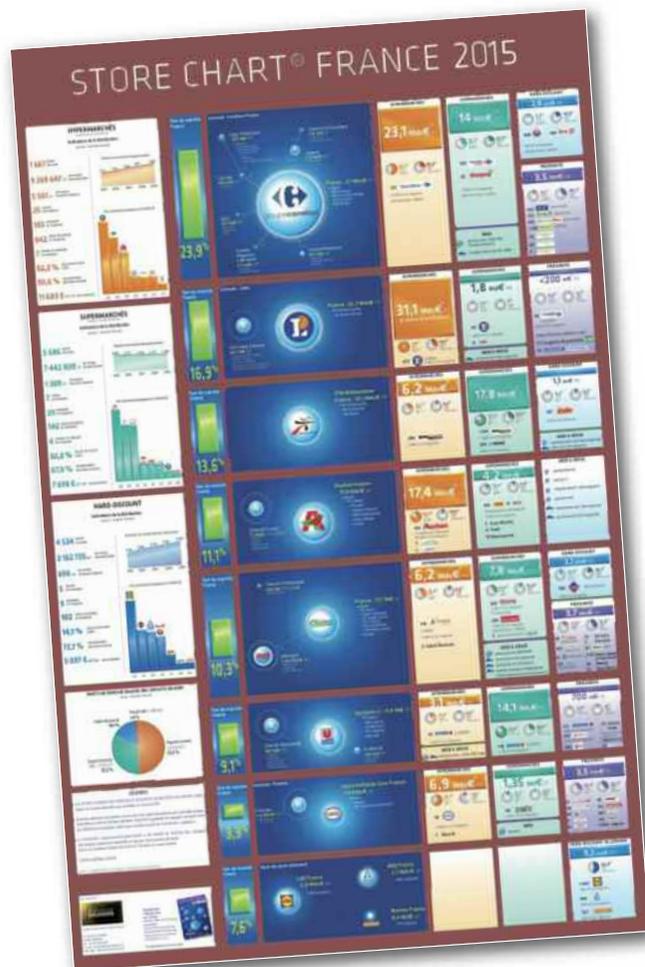
53 %



STORE

édition 2015

CHART France



**Pratiques, efficaces et structurés,
l’Affiche et le Book
STORE CHART FRANCE
sont deux outils indispensables pour
tout connaître de la
distribution alimentaire.**

**Et toujours avoir les chiffres clés du
secteur et des enseignes
sous la main !**



INGRÉDIENT
TRACÉ

BLÉ

SPAGHETTI



Premiers
prix

MDD

Marque
nationale

Total

Produit
"made
in France"
identifié

—

18 %

—

8 %

Avec
revendication
claire

—

—

—

—

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

—

—

—

—

Avec
revendication
claire

—

—

—

—



Rarement l'origine France est mentionnée. Et pour cause : de nombreux produits sont importés. C'est le cas des MDD d'Auchan, de Carrefour, de Cora, de Leclerc ou de Lidl par exemple. Pour Panzani le lieu de fabrication n'est pas formellement identifiable.

FARINE T45



Premiers prix

MDD

Marques nationales

Total

Produit
"made
in France"
identifié

30 %

33 %

87 %

47 %

Avec
revendication
claire

—

—

—

—

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

3 %

44 %

87 %

40 %

Avec
revendication
claire

3 %

30 %

87 %

35 %



PETIT BEURRE

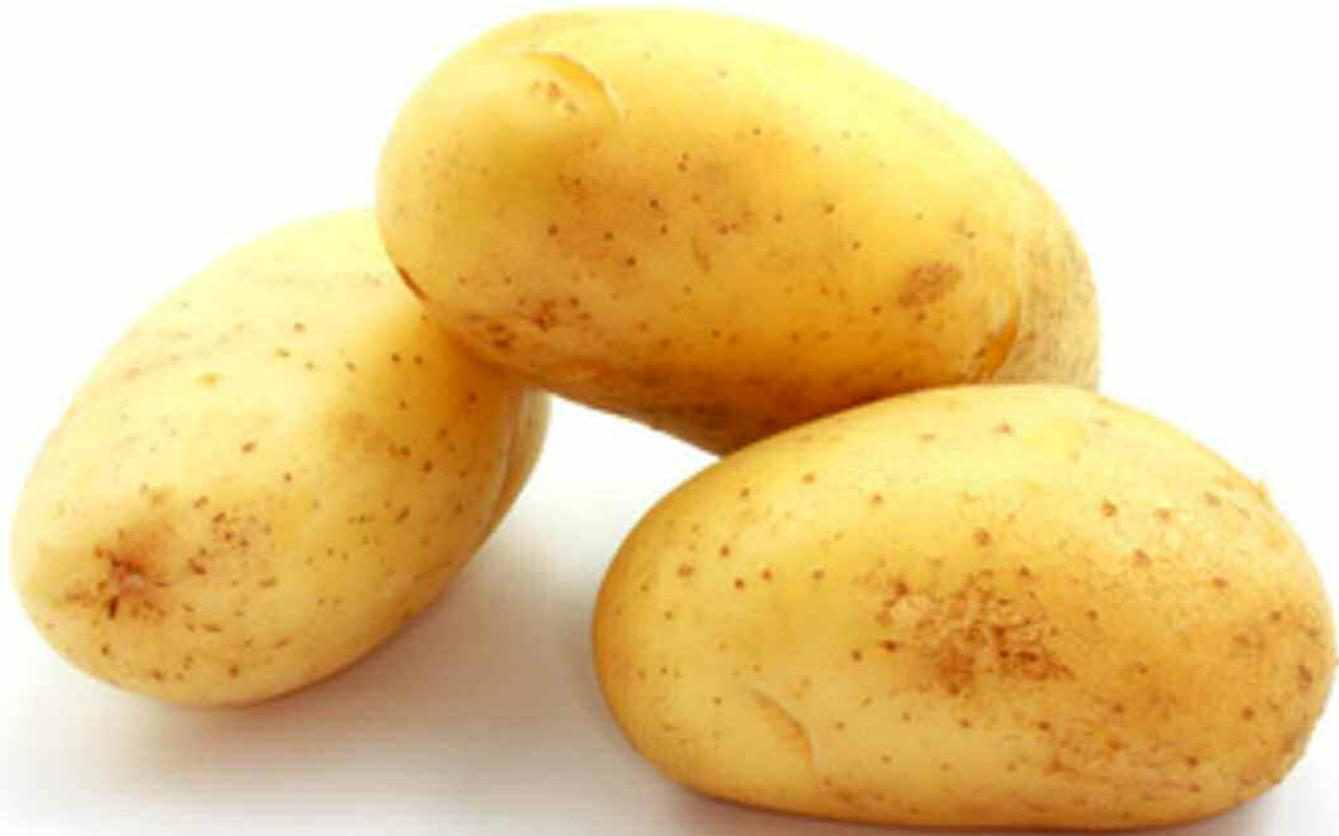


	Premiers prix	MDD	Marque nationale	Total
Produit "made in France" identifié	50 %	28 %	–	29 %
Avec revendication claire	–	10 %	–	4 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	12 %	28 %	100 %	36 %
Avec revendication claire	12 %	28 %	100 %	36 %

Si le Petit Beurre de Lu est bien élaboré en France, rien ne permet de l'identifier sur le pack. En revanche l'origine des blés est clairement revendiquée.

INGRÉDIENT
TRACÉ

**POMME
DE TERRE**



PURÉE EN FLOCONS



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	20 %	35 %	73 %	44 %
Avec revendication claire	–	3 %	73 %	27 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	–	73 %	26 %
Avec revendication claire	–	–	73 %	26 %

Une minorité de produits identifiés made in France pour les premiers prix et les MDD. En revanche, Mousline communique en face avant du pack sur la préparation en France et l'origine française des pommes de terre.

INGRÉDIENT
TRACÉ

HARICOT VERT



HARICOTS VERTS EXTRA-FINS APPERTISÉS

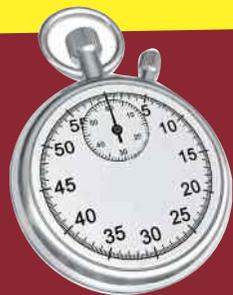


	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	53 %	60 %	100 %	69 %
Avec revendication claire	–	–	–	–
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	37 %	100 %	41 %
Avec revendication claire	–	30 %	100 %	40 %

Bonduelle comme d'Aucy communiquent très fortement sur l'origine France de leur matière première (plus précisément Sud-Ouest pour Bonduelle).

Parce que
VOTRE TEMPS
est **PRÉCIEUX**

Une fois par mois



20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO/CONSO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco
Achats des ménages - Tendances conso
Etudes socio

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :
résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes
européennes et mondiales.



Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

olivier@olivierdauvers.fr

éditions
DAUVERS

INGRÉDIENT
TRACÉ

ABRICOT



CONFITURE ABRICOT



Premiers
prix

MDD

Marques
nationales

Total

Produit
"made
in France"
identifié

40 %

40 %

21 %

35 %

Avec
revendication
claire

—

—

—

—

Matière 1^{ère}
origine
France
annoncée

—

—

—

—

Avec
revendication
claire

—

—

—

—

INGRÉDIENT
TRACÉ

POMME



PUR JUS DE POMME

(à défaut ABC)



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	47 %	68 %	43 %	54 %
Avec revendication claire	–	–	19 %	6 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	24 %	71 %	32 %
Avec revendication claire	–	24 %	38 %	23 %

Une majorité de produits sont annoncés made in France. De manière surprenante, sur ce critère, les premiers prix et les MDD sont plus vertueux que les MN.

COMPOTE DE POMME



	Premiers prix	MDD	Marques nationales	Total
Produit "made in France" identifié	–	31 %	–	13 %
Avec revendication claire	–	–	–	–
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	–	–	20 %	4 %
Avec revendication claire	–	–	20 %	4 %

RÉSULTATS PAR **ENSEIGNES**

Pour chaque enseigne, ont été intégrés uniquement les produits contrôlés :
premiers prix et marques de distributeurs.



Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	79 %
Avec revendication claire	4 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	40 %
Avec revendication claire	40 %

Exceptions à un approvisionnement français : la farine, les pâtes ou la compote de pommes par exemple.



Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	73 %
Avec revendication claire	8 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	30 %
Avec revendication claire	30 %

Auchan a deux niveaux de premiers prix (et deux fois plus d'offres éco que ses concurrents) : la gamme "Pouce", présente en fond de rayon dans les principales catégories et les produits Self Discount, présentés dans l'espace dédié. Des produits qui sont moins "France garantie" que les MDD, ce qui pénalise les résultats d'Auchan.

Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	82 %
Avec revendication claire	—
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	56 %
Avec revendication claire	56 %

Plus de 80 % des premiers prix et MDD Carrefour sont identifiés comme made in France. De même, l'identification de l'origine est majoritaire, même si elle est parfois imprécise. A l'image des petits beurre que Carrefour annonce simplement comme "riches en blés français".



Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	75 %
Avec revendication claire	2 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	17 %
Avec revendication claire	17 %

Pour ses entrées de gammes en steaks et burgers surgelés, Cora joue l'import pour la matière première : Italie ou Pologne selon les lots. Mais la production, elle, est réalisée en France.

Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	77 %
Avec revendication claire	—
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	20 %
Avec revendication claire	20 %

Géant est dans la moyenne des hypers avec 77 % des produits identifiés comme provenant de France. Quelques exceptions notables (et symboliques) en premiers prix : le fromage râpé est hollandais ou allemand, le blanc de poulet allemand, la farine allemande également, le steak ou le burger polonais, etc.

Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	83 %
Avec revendication claire	2 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	41 %
Avec revendication claire	40 %

Avec 83 % de produits "made in France" identifiés, Intermarché est dans le haut du panier. Sans doute la conséquence de sa posture de "producteur-commerçant".



Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	71 %
Avec revendication claire	—
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	9 %
Avec revendication claire	9 %

Faible niveau de produits "made in France" identifiés. C'est la conséquence d'un niveau de prix très agressif. De même, la matière première est rarement annoncée comme d'origine française.

Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	61 %
Avec revendication claire	2 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	31 %
Avec revendication claire	26 %

Dans l'ensemble, très faible niveau de produits "made in France" identifiés chez Leclerc. En revanche, sur quelques produits particuliers (notamment le porc), Leclerc est le "best-in-class" avec une identification de l'origine France tant pour la production que pour la matière première.



Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	69 %
Avec revendication claire	4 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	25 %
Avec revendication claire	25 %

Lidl est dans le bas de la fourchette en termes d'identification française avec 69 % des produits observés identifiés comme d'origine française.

MONOPRIX

Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	88 %
Avec revendication claire	6 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	21 %
Avec revendication claire	21 %

Avec 88 % de produits "made in France" identifiés, Monoprix détient le record parmi les enseignes de GSA. Originalité : Monoprix est la seule à revendiquer la fabrication française de son petit beurre.



Sur les 24 catégories de produits relevés,
premier prix et marque de distributeur confondus

Produit "made in France" identifié	67 %
Avec revendication claire	6 %
Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	35 %
Avec revendication claire	35 %

Super U identifie peu l'origine française de ses MDD et premiers prix. Mais l'enseigne a visiblement entamé un mouvement de plus forte revendication, notamment sur la provenance des ingrédients.

SYNTHÈSE ENSEIGNES

											
Produit "made in France" identifié	79%	73%	82%	75%	77%	83%	71%	61%	69%	88%	67%

Avec revendication claire	4%	8%	-	2%	-	2%	-	2%	4%	6%	6%
---------------------------	----	-----------	---	----	---	----	---	----	----	-----------	-----------

Matière 1 ^{ère} origine France annoncée	40%	30%	56%	17%	20%	41%	9%	31%	25%	21%	35%
--	------------	-----	------------	-----	-----	------------	----	-----	-----	-----	-----

Avec revendication claire	40%	30%	56%	17%	20%	40%	9%	26%	25%	21%	35%
---------------------------	------------	-----	------------	-----	-----	------------	----	-----	-----	-----	-----



Comment les marques et les enseignes mettent en scène **l'Origine France**

[NOVEMBRE 2015]

base de données photos



éditions
DAUVERS

Une base de données photos est
disponible sur simple demande
à olivier@olivierdauvers.fr

éditions
DAUVERS

Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr