



XTCscope 2010 :
L'Innovation des Marques de Distributeurs
en Europe et Amérique du Nord

1. Méthodologie	4
1.1 Méthodologie	
1.1 Process et outils XTC	5
1.2 L'Arbre des tendances XTC ^{MC}	8
2. Repères chiffrés	15
2.1 Évolution du poids des MDD dans l'innovation en Europe	16
2.2 Poids des MDD dans l'innovation en EUROPE par pays	17
2.3 Les axes d'innovations de la décennie	18
2.4 Innovation Total Alimentaire – Monde et Europe	19
2.5 Innovation MDD - Europe : 1 an à juin 2010 vs 1 an à juin 2009 axes	20
2.6 Innovation MDD - Europe : 1 an à juin 2010 vs 1 an à juin 2009 tendances	21
2.7 Innovation MDD vs Marques de fabricant – Europe 1 an à juin 2010 axes	22
2.8 Innovation MDD vs Marques de fabricant – Europe 1 an à juin 2010 tendances	23
2.9 Part des enseignes dans l'offre innovante MDD Europe : 1 an à juin 2010	24
2.10 Ventilation comparée par Axe des enseignes en EUROPE 2 ans à juin 10	25
2.11 Impact des MDD dans l'innovation, par FAMILLE DE PRODUIT, Europe	26
2.12 Ventilation comparée par axes des rayons – Total MDD Europe 2 ans à juin 2010	27
2.13 Ventilation comparée par axes EPICERIE MDD Europe 2 ans à juin 2010	28
2.14 Ventilation comparée par axes PRODUIT FRAIS MDD Europe 2 ans à juin 2010	29
2.15 Ventilation comparée par axes PRODUIT SURGELES MDD Europe 2 ans à juin 2010	30
2.16 Ventilation comparée par axes BOISSONS MDD Europe 2 ans à juin 2010	31

3.	Analyse qualitative de l'offre innovante alimentaire MDD en Europe	32
3.1	Axe Plaisir	33
	3.1.1 Tendance Sophistication	34
	3.1.2 Tendance Exotisme	47
	3.1.3 Tendance Variété des sens	52
	3.1.4 Tendance Fun	73
3.2	Axe Santé	75
	3.2.1 Tendance Naturalité	77
	3.2.2 Tendance Végétal	82
	3.2.3 Tendance « Médical »	86
3.3	Axe Forme	94
	3.3.1 Tendance Minceur	96
	3.3.2 Tendance Énergie, Bien-être	101
	3.3.3 Tendance Cosmétique	106
3.4	Axe Praticité	108
	3.4.1 Tendance Manipulation produit	110
	3.4.2 Tendance Gain de temps	129
	3.4.3 Tendance Nomadisme	131
3.5	Axe Éthique	133
	3.5.1 Tendance Solidarité	136
	3.5.2 Tendance Écologie	137
4.	Analyse de l'innovation MDD en Amérique du Nord	141
4.1	Repères chiffrés tous marques USA / Canada	142
4.2	Les leviers d'innovation les plus pertinents des MDD en Amérique du Nord	144
5.	Conclusion : les fondements et virage de l'innovation des MDD	166

Pour commander l'étude
XTCscope 2010 Innovation des Marques Distributeurs :



• **Tarif :**

- ➔ Rapport électronique format PDF : 1750 € HT
- ➔ Option rapport papier : 100 € HT par exemplaire
- ➔ Option présentation : 800 € HT plus frais de déplacement

• **Bon de commande XTCscope Innovation MDD :**

Société : _____

Nom de l'interlocuteur : _____

N° de commande : _____

Adresse de facturation : _____

Option(s) choisie(s) : _____

Montant total (HT) : _____

• **Pour nous adresser votre commande :**

Email: contact@xtcworldinnovation.com

Fax : +33 (0)1 47 00 74 84

Tel : +33 (0)1 47 00 74 00

www.xtcworldinnovation.com