

- [Accueil](#) >
- [Actualités](#) >
- [Archives 2023](#) >
- La part de marché des marques de distributeurs atteint un...

La part de marché des marques de distributeurs atteint un niveau record

Catégorie

Actualité

Publication

17/02/2023

La part de marché des marques de distributeurs atteint un niveau record

La part de marché des marques de distributeur a atteint le niveau record de 39,1 % dans notre pays. L'année dernière, les 'private labels' ont connu la plus forte croissance de ces 25 dernières années. Et il leur reste encore de la marge pour plus de croissance.

Les données présentées par NielsenIQ à l'occasion de la session *Economic Expectations*, un événement annuel de [Gondola Society](#), montrent que les marques de distributeur ont connu une forte poussée de croissance l'année dernière. Leur part de marché a culminé à 39,1 %, contre 37,5 % l'année précédente. C'est la première fois en un quart de siècle qu'une progression si soutenue est constatée en une seule année. Vers 2017, la part que les marques de distributeur avaient croqué sur le marché belge se stabilisait autour de 38%, et elle redescendit même pendant la période corona. La raison en est bien connue : avec un secteur horeca verrouillé pour cause de confinement, les consommateurs compensaient en achetant principalement en supermarchés des marques A et des produits plus chers.

Aujourd'hui, en raison de l'augmentation des prix de l'énergie et d'une inflation en forte hausse, nous assistons au mouvement inverse : les marques de distributeur sont plus populaires que jamais. Certains retailers ont même défié les fabricants de marques nationales en mettant ostensiblement en évidence leurs marques de distributeur, et en les opposant aux marques A. Les discounters profitent de cette évolution : ils ont vu leur part de marché en valeur passer de 46,8% en 2021 à 47,5% l'année dernière.

Malgré ce bond en avant spectaculaire des 'private labels', il reste encore de quoi alimenter leur croissance. Par rapport au reste de l'Europe, la part de marché conquise chez nous par les marques de distributeur se situe

dans la moyenne supérieure. Elles occupent une place encore plus importante en Allemagne (42,1 %), au Royaume-Uni (43,7 %), en Espagne (44,8 %), aux Pays-Bas (48,8 %) et en Suisse (52,2 %), et la tendance était encore à la hausse l'an dernier sur tous ces marchés, sauf le suisse, qui a connu une légère baisse. Il est toutefois à noter que les hausses de prix des marques de distributeurs sont plus importantes que celles des marques A. NielsenIQ note une augmentation moyenne des prix de 8,6% pour 2022 par rapport à 2021, contre 5,4% pour les marques A. Les marques de distributeurs progressent dans 70 % des catégories de produits, ne laissant que 30 % de terrains de progression aux marques A. Ces dernières peuvent se différencier grâce à la communication, l'innovation, l'image de marque, la fixation de prix corrects et la maximisation de leur distribution.

De nouvelles hausses de prix en perspective

De plus en plus de consommateurs, sous la pression d'une inflation élevée, déclarent être plus conscients des prix. 23 % d'entre eux ont déclaré l'année dernière connaître les prix des produits qu'ils achètent régulièrement, contre 19 % l'année précédente. La sensibilité des consommateurs aux prix se manifeste également dans leur disposition à changer d'enseigne de supermarché. L'année dernière, 30 % des shoppers ont déclaré choisir le magasin qui, selon eux, offre les meilleures promotions. L'année précédente, ce chiffre était de 28 %. 35 % ont déclaré qu'ils changeaient rarement de magasin, mais qu'ils recherchaient activement les promotions. L'année précédente, ce chiffre était de 32 %. Pour l'année à venir, NielsenIQ s'attend à de nouvelles hausses de prix. Dans toute l'Europe – à quelques exceptions près – l'écart entre les prix de production et de consommation reste important. NielsenIQ prévoit une augmentation moyenne des prix de 7 % dans les supermarchés, avec une baisse des volumes de 1,8 %. Au cours du premier semestre de l'année, NielsenIQ s'attend à ce que les hausses de prix dépassent 10 %.

[Retour aux actualités](#)