

Déborah BILLOIRE

Sandy DEROO

Maritza GONZALEZ

Johara KHARKHARCHE

Noémie RADON

Marie VANDEWYNCKELE

# LE MARCHÉ DES SMOOTHIES



# SOMMAIRE

## **INTRODUCTION**

- Qu'est-ce qu'un smoothie?
- Cycle de vie des smoothies
- Un marché à fort potentiel
- Le smoothie : les Raisons de son succès
- La demande de smoothies
- L'environnement des smoothies

## **MARCHE DES SMOOTHIES**

- Les différents niveaux de marché
- Présentation générale des principaux concurrents sur le marché

## **ANALYSE DE L'OFFRE**

- 1° Les smoothies Innocent
- 2° Les smoothies Tropicana
- 3° Les smoothies Immédia
- 4° Les smoothies Michel et Augustin
- 5° Les smoothies MDD
- 6° Grille d'analyse

## **LES ELEMENTS DE DIFFERENCIATION**

## **RECOMMANDATIONS STRATEGIQUES : Michel et Augustin**

## **CONCLUSION**

# INTRODUCTION

# QU'EST CE QU'UN SMOOTHIE



Un smoothie est une boisson préparée avec des fruits frais ou surgelés, auxquels il est possible de rajouter de la glace pilée, du lait ou du yaourt.

Caractéristique : une recette gourmande, une texture lisse et onctueuse dont il tire son nom (anglais « smooth »: lisse, crémeux)

Il est également possible de réaliser des smoothies au légume. Cependant, dans cette analyse, nous n'étudieront que le marché des smoothies aux fruits.

Il est apparu dans les années 1960 aux Etats-Unis lorsque des vendeurs de glace eurent l'idée de commercialiser un produit entre la glace et le jus de fruit. Cependant, après s'être largement développé sur la côte Ouest des Etats-Unis, ce n'est que très récemment qui fut vendu en Europe et surtout en France.

# CYCLE DE VIE DES SMOOTHIES

Le marché des smoothies était en forte progression ces dernières années mais, il commence à s'essouffler et à arriver en phase de maturité.

Il connaît un cycle de vie à apprentissage long car il fut inventé dans les années 60 avant d'arriver que récemment en Europe.

## MARCHE A FORT POTENTIEL

Cependant, il reste un marché avec un très fort potentiel ce qui explique l'arrivée de groupes internationaux sur le marché des smoothies. Ainsi que l'engagement des des MDD. (% des distributeurs sont intéressés par ce produit.



# LE SMOOTHIE : RAISONS DE SON SUCCES

- ◆ Réponse à un besoin actuel : le consommer mieux, plus sain et plus naturel
- ◆ Ses qualités nutritionnelles : forte teneur en vitamines et minéraux ainsi qu'en oligoéléments et fibres puis en calcium
- ◆ La simplicité de consommation : 25cl de smoothie équivaut à consommer 3 fruits
- ◆ Un produit plaisir et gourmand sans culpabilité car 100% naturel
- ◆ Alternative aux jus de fruits



# LA DEMANDE DE SMOOTHIES

- **En moyenne, 1 foyer sur 10** consomme du smoothie
- Le chiffre d'affaires des smoothies en hypermarchés et supermarchés représentait **12 M d'euros** (au 25 août 2012)
- Le marché enregistre néanmoins une baisse de - 18% en volume et en valeur par rapport 2011
- **3 millions** litres des smoothies, en hypermarchés et supermarchés au 25 août 2012

# L'ENVIRONNEMENT DES SMOOTHIES

<b>POLITIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Le « Programme National Nutrition Santé » qui encourage la consommation de fruits avec des slogans comme « mangez 5 fruits et légumes » et le plan de « lutte contre l'obésité » instauré le gouvernement.</li></ul>
<b>ECONOMIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Variation et hausse du prix des matières premières (fruits/légumes et produits laitiers) qui se répercute directement sur le prix de vente des smoothies.</li><li>- Conjoncture et situation économique défavorable à l'origine de la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs. Représente un frein car les prix de vente sont assez élevés et pas à la portée de tous les budgets.</li></ul>
<b>SOCIODEMOGRAPHIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Partie de la population qui accorde de plus en plus d'importance à sa santé ce qui favorise l'achat de produits naturels et aux bienfaits nutritionnels.</li></ul>
<b>TECHNOLOGIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Innovation importante sur le marché des smoothies.</li></ul>
<b>ECOLOGIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Emergence des préoccupations concernant le respect de l'environnement, la consommation responsable, le développement durable soit des préoccupations prises en compte par les producteurs de smoothies.</li></ul>
<b>LEGAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pas de contrôle de l'appellation « Smoothies »</li><li>- Législation</li></ul>