

# LE VEGETAL

## Rayon frais



### Le « Petit Pot » de ST HUBERT

Grande première sur le marché des margarines, St Hubert dévoile « Le Petit Pot », un mélange de matière grasse végétale et de beurre. Au-delà de la composition, la marque surprend avec son pot recyclable (composé à 70% de carton et 30% de plastique).

Le + : Un pot « engagé » qui allie équilibre nutritionnel et responsabilité sociale et environnementale  
Septembre 2020

## Rayon surgelés



### Green Cuisine de FINDUS

Avec Green Cuisine, Findus se lance sur le segment des alternatives végétales. La gamme comprend 12 références qui vont de l'accompagnement au cœur de repas.

Le + : Une gamme qui surfe sur la tendance grandissante du flexitarisme et qui permet à la marque de se diversifier.

Juin 2020



### Glace Petit Grain de MO'RICE

La start-up MO'RICE révolutionne le marché des glaces avec sa gamme de glaces à base de riz de Camargue bio, végétane et Made in France.

Le + : Le pot biodégradable fabriqué en fibres de bambou  
Août 2020

# LE VEGETAL

## Rayon ultra - frais



**Perle de lait végétal (YOPLAIT)**  
Après Panier de Yoplait végétal lancé l'année dernière, GENERAL Mills a lancé en mai dernier une version végétale de sa marque Perle de lait. A base de lait de coco, la gamme comprend trois saveurs (lait, citron et coco).

Mai 2020



**Danette végétal (DANONE)**  
Après Activia 100% végétale à base de soja et de flocon d'avoine lancé l'année dernière (pot familial de 400g), Danone élargit sa présence sur le segment du végétal avec une autre de ses marques phares: Danette. En avril dernier, Danone a ainsi dévoilé Danette végétal à base de lait de coco (en pot familial de 400g).

Avril 2020



**Sojasun soja et coco (TRIBALLAT)**  
Leader sur le segment de l'ultra-frais, le pionnier Sojasun se diversifie. Sans bien évidemment faire l'impasse sur le soja, la marque a dévoilé deux nouveaux produits contenant 20% de lait de coco (deux saveurs: chocolat et chocolat blanc).

Août 2020

*L'ultra-frais végétal, un segment désormais ultra-bataillé et qui a vu apparaître de nombreux intervenants en deux ans. Trois marques nationales (Sojasun, Andros avec Gourmand & Végétal et Alpro) dominent ce marché.*

# LE VEGETAL

## Boissons végétales



**Boisson végétale prête-à-boire NESQUIK**  
Après le lancement de Nesquik Goodnes (boisson végétale à base d'avoine) en janvier dernier aux Etats-Unis, le groupe Nestle poursuit le développement de ses marques mondiales en versions végétales. En Espagne, le groupe vient de lancer Nesquik Go Vegetal, une boisson végétale prête-à-boire à base d'avoine et de cacao pour enfants. Les briquettes (3x180ml) contiennent uniquement des ingrédients naturels.

*Le + : la paille en papier*  
Septembre 2020



**Boisson végétale CANDIA (SODIAAL)**  
Candia a dévoilé en juin dernier en France des deux boissons végétales au rayon lait (amande pralinée et noisette grillée).

Le conditionnement en bouteille de 50cl permet de se différencier en linéaires et d'être ainsi en totale rupture avec les codes du marché.  
*Le + : La bouteille nomade de 50cl en rupture avec la brique carton d'un litre utilisée par les principaux acteurs du marché (Alpro, Santal, Sojasun et MDD).*  
Septembre 2020



**Actimel 100% végétal (DANONE)**  
En Belgique, Danone vient de lancer la version végétale de sa célèbre marque Actimel. A base d'amandes et d'avoine, la gamme Actimel 100% végétal comprend deux références: nature et mangue fruit de la passion. Parfaits pour les consommateurs flexitariens!

*Le + : Les bouteilles en plastique HDPE 100% recyclable et le suremballage carton 100% recyclable.*

Octobre 2020

# LE VÉGÉTAL

## Chocolat



Le chocolat surfe également sur la tendance du végétal!

Si en France, peu de marques se sont lancées sur le créneau; à l'étranger de nombreuses marques s'y sont déjà lancées (depuis un certain temps) avec notamment des marques telles que Nomo, Seed and Bean et Ombar au Royaume-Uni.

En France, la marque Poulain a dévoilé, en juin dernier, deux nouvelles tablettes de dégustation (à base de lait de coco pour l'une et de lait d'amande pour l'autre). Le distributeur Auchan a également lancé sa propre tablette de chocolat à base de lait de coco.

Au Royaume-Uni, la marque Galaxy (de Mars Wrigley Confectionery) a ajouté, en septembre dernier, deux nouvelles références à sa gamme « Galaxy Vegan » existante.

Et en Allemagne, le chocolatier suisse a également lancé en novembre dernier une gamme de chocolat végétal sous sa marque Hello de Lindt. A base de lait d'avoine, la gamme comprend trois produits avec emballage 100% recyclable.

# NATURALITE & SIMPLICITE

## Segment apéritif sain - Tartinables (légumes)



### Les Tartinables Créatifs de BOURSIN

Nouvel intervenant au rayon traiteur de la mer, la marque Boursin du groupe Bel a lancé au printemps dernier une gamme de 10 références de tartinables (sept à base de légumes et trois à base de poisson). Après un co-branding avec Guyader il y a quelques années, Boursin innove et surprend désormais en sortant donc de son territoire habituel et en proposant des produits à base de poisson entre autres.

Avril 2020



### Tartinables PUGET

Leader en France sur le marché de l'huile d'olive, la marque Puget s'est diversifiée et a investi le rayon de l'apéritif frais avec une gamme de tartinables de légumes.

Des packagings épurés qui misent sur la transparence et la naturalité (sans conservateurs ajoutés, arômes et colorants).

Un brand-stretching cohérent avec les valeurs de la marque (naturalité, convivialité, partage avec ancrage méditerranéen).

Mai 2020



### Dip Apero BIO LA POPOTE COMPAGNIE

Sur le segment du bio, la marque La Popote Compagnie a également relancé au printemps dernier sa gamme de sauces apéritives à base de légumes et d'épices. Faibles en matières grasses et avec 65% minimum de fruits et légumes, la marque dévoile une gamme healthy sans additifs, avec nutriscore A ou B et avec une liste d'ingrédients courte.

Une gamme résolument saine et naturelle!

A dipper et/ou tartiner.

Mai 2020

# NATURALITE & SIMPLICITE

## Segment apéritif sain - Fromages à dipper et/ou tartiner



### DANONE à partager

Changement de rayon pour Danone qui a fait son apparition au rayon traiteur de la mer l'été dernier avec sa gamme « Danone à partager », une gamme de spécialité laitière à base de légumes, herbes et épices. La gamme comprend 6 références à dipper et/ou à tartiner. Avec un nutriscore A et une liste courte d'ingrédients, Danone dévoile des produits sains et naturels (sans colorants, sans arômes ajoutés et sans conservateur). Au-delà de la simplicité des recettes, on note le pot en carton recyclable.

On aime: L'arrivée (inattendue) de Danone sur un nouveau marché et ciblant un nouveau moment de consommation (l'apéritif).



### SALAKIS APÉRO

Lactalis a également profité de la saison estivale pour lancer au rayon fromages pour apéritifs Salakis Apero, une gamme de fromage frais au lait de brebis (saveur basilic ou herbes de provence) à dipper au gré de vos envies et/ou même à tartiner.



### L'Apéro Madame Loïk (PAYSAN BRETON)

Cet été, Laïta a également innové sur le segment des tartinables en lançant « L'Apéro Madame Loïk ». La gamme comprend deux références (thon et saumon) à base de fromage et de poisson. La marque revendique des recettes simples avec uniquement des ingrédients d'origine naturelle.

On aime: Le crédo de la marque « les recettes les plus courtes sont souvent les meilleures ».

# NATURALITE & SIMPLICITE

## Le petit déjeuner: vers plus de naturalité



### ALINE & OLIVIER FAMILY

Cette année, la marque Aline & Olivier a relancé sa gamme KIDS et a dévoilé Granola Family, une nouvelle gamme de granola pour toute la famille et notamment pour les enfants.

Avec un nutriscore A (pour la recette aux amandes), les produits sont fabriqués avec des ingrédients 100% naturels, sont 30% moins sucrés que la moyenne des céréales enfants du marché, sont biologiques et sans sucres raffinés (car à base de sirop d'agave biologique). Le tout dans un emballage en papier recyclable.

On aime: L'engagement humain, social et environnemental de la marque et son credo « Manger sain, vivre engagé ».



### SOURCES de Catherine KLUGER

Catherine Kluger investit la GMS et lance SOURCES, une gamme de mélanges sucrés et salés healthy. Des produits naturels, simples, biologiques, vegan et gourmands pour des petit-déjeuner et desserts healthy. La gamme comprend des références sucrées (dont du granola), des références salées et des barres de granola.

On aime: la simplicité et la naturalité des ingrédients (ingrédients BIO bruts, pas de sucre raffiné, pas d'huile de palme et aucun additif) et la démarche engagée de la marque (membre du collectif 1% for the planet).



### NAT de NESTLE

En début d'année, Nestle a également innové en dévoilant NAT, une gamme de céréales pour enfants avec des ingrédients d'origine naturelle. Les produits sont sans huile de palme, sans colorants ni arômes artificiels. La forme du packaging (peu conventionnel et différent de ce qui existe sur le marché) permet au produit d'être bien visible en linéaires.

On aime: la co-création parents-enfants de la marque