

# A la découverte des futures stars des linéaires en MDD !

Lumière sur les Marques de Distributeurs  
Les 8 et 9 avril 2014 - Paris Porte de Versailles, Pavillon 3

*Les 8 et 9 avril prochains, les 650 exposants présenteront leurs produits alimentaires et non-alimentaires en marques de distributeurs à plus de 5 500 visiteurs professionnels. Ces derniers viendront à la découverte d'une offre Premium exclusive de savoir-faire en provenance du monde entier. GMS, snacking, Café-Hôtellerie-Restaurations, groupes hôteliers, traiteurs, instituts de beauté, compagnies de transports... autant de circuits de distribution qui viendront dénicher les tendances de demain pour répondre aux attentes de leurs consommateurs.*

## Le marché des MDD en France

D'après l'étude Nielsen pour MDD Expo 2014, en France, la part des MDD se stabilise autour de 34,8 % en valeur des PGC (Produits de Grande Consommation). En deux ans, l'écart de prix entre MDD et marques nationales tend à se réduire. Dans la majorité des enseignes, la guerre des prix s'est concentrée sur les marques nationales et non sur les MDD.

Les produits du terroir et locaux sont des relais de croissance pour les MDD. La relation des MDD avec les régions présentent beaucoup d'avantages car il permet au distributeur de renforcer son image dans son circuit de distribution local. Le critère bio ou terroir passe ainsi avant le prix et la marque dans l'acte d'achat.

## Des secteurs reflétant toute l'offre en marques de distributeurs

MDD Expo mettra en lumière l'offre premium de 650 exposants fabricants. Ainsi, tous les produits de grande consommation du quotidien seront réunis sur un linéaire incomparable de savoir-faire à travers 7 secteurs complémentaires : Crèmerie, Épicerie, Liquides, Non alimentaire, Produits carnés et de la mer/traiteur, Surgelés et frais, Services.

## L'Innovations Store : un panorama international de nouveautés

Cet espace permettra de faire le tour du monde des MDD en près de 180 innovations et à travers 3 univers ! Coté alimentaire, les innovations présentées par les enseignes de distribution internationales « Retail » (ex : boissons fraîches aux mélanges de poires et d'épices, yaourt à boire sans lactose, frites surgelées de patate douce, plat cuisiné bio pour bébés...), ainsi que celles développées par les fabricants du salon « Manufacturer » (ex : suprême de pommes de terre au safran de France, couscous sans gluten, poudre de tomate...). Coté non-alimentaire, les innovations des exposants « Home'Store » en matière d'Hygiène, Cosmétique, Entretien/Ménage, Bien-être/Santé et Bricolage.

## L'Espace Dégustation monte en puissance

Après une entrée en matière réussie lors de la dernière édition de MDD Expo, les apprentis de l'EPMTTH (École de Paris des Métiers de la Table, du Tourisme et de l'Hôtellerie) sublimeront une fois encore les produits des exposants à 4 instants de dégustation de la journée. Les innovations sélectionnées par des professionnels du secteur seront également visibles dans les vitrines de l'Innovations Store (espace Manufacturer). Cette édition verra également dans l'Espace Dégustation la valorisation des dernières innovations du secteur Liquides.

## Pack Store : un éclairage sur le packaging

Au même titre que l'innovation, l'emballage est un outil de différenciation incontournable pour les enseignes. Le Pack Store, conçu en partenariat avec la revue Emballages Magazine, en fera la preuve. En plus d'être une vitrine des tendances packaging, cet espace sera également un outil pédagogique d'information pour les visiteurs. Il montrera comment le packaging participe à la valorisation des MDD, selon trois thématiques : Communication, Environnement et Fonctionnalité. 3 vitrines regrouperont chacune une quinzaine d'emballages répondant aux 3 critères, accompagnés d'un descriptif détaillant l'innovation.

Tenue conjointe au MDD Expo, la 11<sup>ème</sup> édition de HALAL Expo