

Lire la suite

## PUÉRICULTURE / NUTRITION

### Retour sur une année du marché des produits et services dédiés à la future maman et au bébé



Chaque année, nous profitons du démarrage de la période estivale pour faire un tour d'horizon des événements les plus importants qui se sont déroulés durant la saison août 2019-juillet 2020 dans l'univers de la future maman et du bébé.

**Cette première partie est consacrée aux marchés de la puériculture et de la nutrition infantile.**

Selon l'institut GfK, le marché français de la puériculture a terminé l'année 2019 à -6% en volume (vs. 2018), avec une valorisation forte qui a généré une croissance en valeur de +2% pour atteindre 442M€. Cette année, le marché est particulièrement impacté par la fermeture des magasins de puériculture due à la crise sanitaire et au confinement. Ainsi, selon GfK, le marché affichait en mars dernier un chiffre d'affaires en recul de -47%. Par ailleurs, dans son bilan démographique 2019 l'Insee note un ralentissement de la baisse des naissances avec 753.000 bébés nés en France l'année dernière, soit une baisse de -0,7% (vs. -1,4% en 2018

et -1,8% en 2017). L'indicateur conjoncturel de fécondité (ICF) s'établit pour sa part à 1,87 enfant par femme en 2019 (vs. 1,88 en 2018). Notons également que l'Assemblée nationale a récemment voté le rétablissement de la prime de naissance (947€) au 7ème mois de grossesse (vs. 3 mois de l'enfant).

**Le marché de la puériculture a notamment été marqué par l'arrivée de nouveaux intervenants** tels que la marque allemande de sièges auto Avova, la marque française de petite puériculture Kiddo, la marque néerlandaise de petite puériculture Chewies & More, ou encore la marque britannique de produits pour le bien-être des femmes enceintes Dreamgenii. Plusieurs acteurs ont diversifié leur offre, notamment la marque américaine de poussettes UPPAbaby qui a lancé sa première ligne de sièges auto et l'enseigne alinea avec la création d'une ligne de mobilier et d'accessoires pour bébés et enfants (alinea Mini). Notons aussi la création de la société française FrenchToast, nouveau distributeur de marques de puériculture dont la marque américaine Diono, ainsi que la mise en ligne de Bébé Info Service, une nouvelle plateforme dédiée aux futurs et jeunes parents créée par la société Mégara qui détient entre autre le site marchand [BerceauMagique.com](http://BerceauMagique.com).

Dans l'univers de la distribution, le groupe Orchestra-Prémaman qui avait été placé en procédure de sauvegarde puis en redressement judiciaire, a été repris par la nouvelle société NewOrch, présidée par Pierre Mestre fondateur d'Orchestra. L'enseigne Aubert a pour sa part signé un accord de partenariat avec Carrefour pour la mise en place d'un shop-in-shop dans l'hypermarché Carrefour de Claye-Souilly (77). Par ailleurs, la marque française de petite puériculture Béaba et la marque britannique de poussettes iCandy ont signé un accord de partenariat visant à étendre leurs réseaux de distribution.

**Pour le secteur de la nutrition infantile, la tendance est au bio.** E.Leclerc a ainsi modifié l'ensemble de ses produits sous sa marque propre (Bio Village Bébé / Marque Repère) au profit d'une offre 100% bio, tout comme la marque Carrefour Baby rebaptisée My Carrefour Baby Bio qui vise à remplacer d'ici à la fin 2020 sa gamme actuelle par une offre complète de produits biologiques. Babybio a pour sa part décidé d'aller plus loin dans la création de filières bio avec l'acquisition de deux exploitations agricoles en Pays de la Loire et le lancement de produits avec des ingrédients issus de ces deux fermes. Hipp mise sur un nouveau discours de marque pour réaffirmer son positionnement sur le marché de la nutrition infantile bio ainsi que son engagement à respecter "toujours plus" la nature, de la récolte des matières premières au packaging des produits. Deux ans après le lancement de sa première gamme bio, Blédina a pour sa part lancé "Les Récoltes Bio à Mélanger", une ligne de produits répondant à l'engouement pour le fait-maison.

Parmi les nouveaux acteurs sur ce marché, notons la marque allemande Pumpkin Organics avec une large gamme de gourdes de purée de fruits ou mixant légumes et fruits ainsi que la société Lou Bio avec une gamme de laits infantiles (Junéo). Notons également l'arrivée de la nouvelle marque française Jolly Mama qui propose pour les futures et jeunes mères une ligne de produits présentée comme une alternative aux compléments alimentaires. Par ailleurs, le Laboratoire Gallia (groupe Danone) a fait l'objet de plusieurs plaintes de consommateurs ayant trouvé des larves dans son lait infantile. Nestlé et Carrefour ont pour leur part conclu un accord de partenariat permettant aux consommateurs d'obtenir via leur Smartphone des informations sur les laits infantiles Guigoz Bio.