

SAé Création Produit – Semestre 2

Marché des produits d'entretiens (Home Care)

Marché mature

Segment : Produits à vitre

Le marché des produits d'entretien domestiques, se décline en différents produits nettoyants multi-usages, produits pour la vaisselle main et le lave-vaisselle, lessives, assouplissants. Le « bien être à la maison » est quelque chose d'important pour les français qui s'est accentué après la pandémie voulant un environnement confortable au sein de leurs lieux de vie.

- **Évolution du marché** : Évolution des ventes de 42% entre 2024 et 2025
- **En volume** :
- **En valeur** : Le marché des produits d'entretien à estimer à plus de 5 Milliards d'euro en 2024.

Enterprise sur le Marché:

- **Leaders**: Procter & Gamble (Mr Propre; Fairy), Henkel (Bref ; Le Chat) Unilever (Cif ; Comfort)
- **Challengers** : Super Flacon, Les petits bidons, Danika
- **Suiveurs** : Spring, La marque en moins

OFFRE

Concurrents directs ?

- Ajax (12,1% de PDM) (colgate-palmolive)
- Mr. Propre (procter&gamble)
- Cif (uniliver)
- MDD

Comment vendent-ils ?

Canaux de distribution :

- Grande surface (carrefour, auchan...)
- Magasin de bricolage
- Site internet : amazon, market place

Promotion :

- Lot à prix réduit
- Publicité sur facilité d'utilisation

Quels sont leurs avantages concurrentiels ?

- Marque déjà connu et a déjà la confiance des consommateurs
- Produit contenant déjà des caractéristiques particulières : anti-trace, anti calcaire
- Les produits sont disponibles partout

Quels sont leurs résultats financiers ?

- Ajax compagnie Colgate-palmolive : 649 milliards €
- Mr. Propre compagnie Protecter&Gamble : 78 milliards €
-

Qu'est ce qui va vous démarquer ?

- Produit naturel
- Produit sèche tout seul
- Pas d'utilisation de chiffon
- Différente surface vitrée (lunette, pare-brise, baie vitrée...)
- Produit Bio

DEMANDE

En France 67 millions d'habitants -> concerne 80% à 90% des foyers français.

France 2018 : 70% des personnes interrogées disaient qu'elles-mêmes étaient avant tout responsable des tâches ménagères au seins du foyer.

Cible : 21-59 (et plus)

Fréquence d'utilisation : quotidienne

Comment : un simple spray

Où : vitre, lunette, miroir

Pourquoi : efficace, simple, rapide

ENVIRONNEMENT

Politique	
Économique	<ul style="list-style-type: none">- À la suite de pandémie, il y a eu une augmentation de la demande de produits ménager.
Socioculturel	<ul style="list-style-type: none">- Attente plus importante des consommateurs concernant des produits plus sain et naturel.
Technologique	<ul style="list-style-type: none">- Innovation avec des produits bio et technique d'utilisation plus simple.
Écologique	<ul style="list-style-type: none">- Règlementation sur la composition des produits, non nocifs pour l'environnement et naturel.
Légal	<ul style="list-style-type: none">- Règlementation sur la sécurité des produits ménagers (pour les enfants).- Brevet sur certains produits.

SWOT (Force/Faiblesse)

Au niveau **des forces**, les produits ménagers sont des produits utiliser quotidiennement par les ménages donc moins de risque de diminution. Un marché en constante innovation avec de nouvelles techniques plus saine et technologie permettant de rendre plus faciles les tâches ménagères.

Au niveau des **faiblesses**, beaucoup de réglementation qui engendre des frais de production plus important pour les entreprises pour être conforme aux attentes de la législation.

Énormément de gammes sur le marché assez différencié entre les différents produits qui existe avec un marché saturé, notamment les nettoyeurs multi-surfaces.