

LSA

L'ÉVÈNEMENT P. 12
L'alliance
secrète
des lessiviers

LES ENTREPRISES P. 22
Carrefour rachète
Guyenne, et Intermarché
négocie avec Altis

Cinq agences de design donnent le ton pour 2012

LES PRODUITS P. 46

Magamo
nk,
limura,
Inée
galse
le

ENTREPRISES p. 30

trois façons de contourner
Fillon sur les alcools

PRODUITS p. 52

pour l'envie d'écrire
calculer

CGE 2011

II LES PRODUITS NOUVEAUTÉS

BJORG

Agar-Agar
BIO



Gélifiant bio

L'agar-agar, un gélifiant d'origine naturelle, est une véritable alternative à la gélatine, d'origine animale.

Il existe dorénavant en version bio, sous la marque Bjorg. Ces petits sachets sont un véritable coup de pouce pour réaliser des entremets, terrines ou confitures...

PRIX DE VENTE INDICATIF (PVI) 4,99 €
BJORG

L'hiver selon Joker



La marque développe son offre de jus de fruits saisonniers avec un pomme-poire, 100% fruits. Un nouvel assemblage dont il faut profiter cet hiver, car c'est une édition éphémère.

PVI 1,50 € LE LITRE
ECKES-GRANINI

Des sashimis au saumon fumé

Guyader lance ses premiers sashimis. Contrairement à la tradition nipponne, ceux-ci ne sont pas aux poissons crus, mais à base de saumon fumé de Norvège! Guyader renforce ainsi ses références en sautserie libre-service. Ces bouchées haut de gamme sont déclinées en trois saveurs: Huile de truffe, Agrumes et poivre, Baies roses et huile de noisette.

PVI 4,80 € LES SIX TRANCHES
GUYADER



Dizolve, la lessive en feuille prête à l'envol

Après les poudres, les liquides et les dosettes, une nouvelle concept apparaît: la lessive en feuilles. Dizolve est disponible depuis peu chez Casino et compte bien s'attaquer aux trois grands du marché.

Tout droit venues du Canada, les feuilles de lessives Dizolve ont traversé l'Atlantique pour se poser en exclusivité sur les rayons des Casino. Au format A5 et épaisses d'un peu moins de 1 mm, elles se placent directement dans le tambour pour se dissoudre dans la machine. Face aux efforts du marché en 2011 pour concentrer les formules et réduire les formats, cette innovation pousse le bouchon encore plus loin. Tellement loin que le bouchon, justement, disparaît, et le flacon avec. Au total, 70% de l'emballage s'évaporent, ainsi que les 85% de plastique qui l'accompagnent. Vendues en paquet de seize feuilles, elles permettent, en se déchirant pour les petites lessives, d'effectuer jusqu'à 32 machines. Soit un poids de 195 g pour le même nombre de lavages qu'un 2,5 l, en eau froide ou en eau chaude.

Une canadienne écologique

«On surfe sur la tendance des unidoses pour la "praticité" [130% de croissance volume, CAM à fin août, selon Nielsen, NDLR]», dévoile Daniel Grimard, directeur commercial et marketing de DGK, la société qui a déniché cette innovation et la distribuera en France. La PME qui a mis au point ces feuilles a déjà écoulé un million d'unités en Amérique du Nord depuis sa création, en janvier 2011. Fortes de leur ligne de top-modèle, les feuilles Dizolve réduisent l'impact écologique en amont, au niveau du transport comme du stockage.



Les seize feuilles Dizolve sont vendues 7,99 € le paquet, soit 0,25 € l'unité.



Mais les petites canadiennes ne s'arrêtent pas là. Elles revendiquent aussi des ingrédients biodégradables et un emballage entièrement recyclable. «Outre son caractère innovant, le produit nous a également attirés pour sa dimension écologique», précise Corinne Aubry-Lecomte, directrice R&D pour Casino. Si elles sont, pour le moment, produites outre-Atlantique, Daniel Grimard avoue qu'«un projet est en cours pour les fabriquer en Europe, notamment en France». Ce qui réduira encore l'impact du transport. La gamme de deux références (Linge frais et Lavande) sera complétée prochainement par d'autres fragrances adaptées à l'Europe. Cette trouvaille est «un vrai pari pour Casino», selon Corinne Aubry-Lecomte. Et Dizolve devra soigner sa communication sur un marché ultradominé par trois pontes - Procter, Unilever et Henkel - si elle veut rester dans le vent.

E. G.